



“UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA
EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

AUTORA:

ADRIANA ELIZABETH MIÑO SANTACRUZ.

DIRECTORA: (E)

Dra. SORAYA RHEA

Ibarra, Julio 2015.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio se ha elaborado con la finalidad determinar la factibilidad para la creación de una hostería en la ciudad de Cotacachi provincia de Imbabura. El proyecto se fundamenta en el desarrollo del turismo en el país basado en el uso responsable de los recursos a fin de aportar crecimiento económico y social en el área de implementación del proyecto. La investigación se realizó mediante un análisis de la situación actual del cantón donde se determinó la demografía, población económicamente activa, paisajes turísticos, nivel de educación de la población, costumbres y tradiciones variables que ha permitido determinar la oportunidad de inversión, el estudio de mercado se fundamenta en el análisis de la oferta y demanda de los servicios prestados por hosterías en Cotacachi, estas variables se han proyectado por un periodo de cinco años para obtener una visión más amplia de la actividad turística, el nivel de aceptación por parte de los consumidores la información recopilada permitió determinar la factibilidad del proyecto ya que existe demanda del servicio de hosterías en el cantón, la implementación de este proyecto generará rentabilidad contribuyendo de esta manera con la sociedad al generar nuevas fuentes de empleo y principalmente la dinamización de la economía de las familias que formen parte del proyecto.

SUMMARY

This study was carried out in order to determine the feasibility of creating a hostel in the city of Cotacachi in Imbabura province. The project is based on the development of tourism depending on the responsible use of resources in order to provide economic and social growth in the area of project implementation. The research was conducted by analyzing the current situation of the canton where demographics, labor force, tourist landscapes, population's education level, customs and traditions which allowed determining the investment opportunity variables. Determined market research is based on the analysis of the supply and demand of the services provided by hostels in Cotacachi, these variables have been projected for a period of five years to get a wider tourism vision of tourism, the level of acceptance by consumers information allowed to determine the feasibility of the project as well as the demand for the service of inns in the canton, the implementation of this project will generate profitability besides contributing to society by creating new jobs and mainly the revitalization of the economy of the families which are involved in the project.

AUTORÍA

Yo, Adriana Elizabeth Miño Santacruz, portadora de la cédula de ciudadanía N° 1003403779, declaro bajo juramento que el presente trabajo aquí descrito “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA CIUDAD DE COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA” es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado, ni calificación profesional; y que se han respetado las diferentes fuentes de información y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Hecha a los 06 días del mes de Julio del 2015.



Adriana Elizabeth Miño Santacruz

C.C. 1003403779

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Directora encargada del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Adriana Elizabeth Miño Santacruz**, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA C.P.A, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA CIUDAD DE COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA”**., considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ibarra a los 06 días del mes de Julio del 2015.



DRA. SORAYA RHEA.

DIRECTORA ENCARGADA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Adriana Elizabeth Miño Santacruz**, con cédula de ciudadanía No. **1003403779**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6 en calidad de autora del trabajo de grado dominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA CIUDAD DE COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: **INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra a los 06 días del mes de Julio de 2015

DATOS DEL TRABAJO DE GRADO

TÍTULO	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA CIUDAD DE COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA
AUTORA	Adriana Elizabeth Miño Santacruz
FECHA	06 de Julio de 2015
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA	Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría
TÍTULO POR EL QUE OPTA	
C.C.	1003403779
DIRECTORA (S)	IRMA SURAYA RIVERA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DEL LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y existencia de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentado mi voluntad de participar en este proyecto, para la cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE CIUDADANÍA		1003403779	
APELLIDOS Y NOMBRES		Miño Santacruz Adriana Elizabeth	
DIRECCIÓN		Ibarra, Barrio El Olivo.	
E-MAIL		adryelizabeth9226@gmail.com	
TELÉFONO FIJO	062611191	TELÉFONO MÓVIL	0980972897

DATOS DEL TRABAJO DE GRADO	
TÍTULO	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA CIUDAD DE COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTORA	Miño Santacruz Adriana Elizabeth.
FECHA	18 de noviembre de 2015.
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA	Pregrado
TÍTULO POR EL QUE OPTA	Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría.
DIRECTORA (E)	Dra. SORAYA RHEA

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo Adriana Elizabeth Miño Santacruz, con cédula de ciudadanía No. 1003403779, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación del trabajo de grado en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIA

La autora manifiesta que el trabajo de grado objeto de la presente autorización es original y se desarrolla, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto el trabajo de grado es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido del mismo y saldrá en defensa de la Universidad en caso de la reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 06 días del mes de Julio de 2015

LA AUTORA:



Miño Santacruz Adriana E.

CC: 1003403779

Facultado por resolución del Honorable Consejo Universitario.

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado está dedicado a mis padres, mis hermanos y mi sobrina por su amor y comprensión son la razón que me lleva cada día a seguir superándome y cumplir con mis ideales.

A mi mejor amigo Roberto Lara quien me ha transmitido sus sabios conocimientos y sobre todo por su apoyo incondicional en los momentos de alegría y tristeza motivándome a seguir adelante.

Adriana.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte por brindarme la oportunidad de formarme como profesional, mi más sincero agradecimiento a los catedráticos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas por su invalorable aporte académico.

Mi agradecimiento especial a la Ing. María Elena Torres por su tiempo, paciencia, apoyo incondicional y desinteresado en la dirección y tutoría del presente trabajo de grado.

Adriana.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA CIUDAD DE COTACHI PROVINCIA DE IMBABURA” se encuentra estructurado por siete capítulos que permiten evaluar la factibilidad en la implementación del proyecto los diferentes análisis realizados se describen a continuación:

Diagnóstico Situacional presenta una investigación de los datos demográficos, económicos y poblacionales del cantón Cotacachi los mismos que han permitido determinar la implementación del proyecto mediante el análisis de varios factores como son amenazas, oportunidades, oponentes y riesgos.

Marco Teórico presenta el sustento científico de los aspectos analizados en cada uno de los capítulos del estudio.

Estudio de Mercado establece la población a estudiarse, la situación actual del sector así como también el análisis de la competencia, producto, plaza y el nivel de aceptación que tiene la implementación de una hostería en la ciudad de Cotacachi.

Estudio Técnico establece la ubicación geográfica óptima de la hostería los requerimientos de infraestructura, maquinaria, recursos económicos y mano de obra, procesos, capital de trabajo y financiamiento necesario para el desarrollo de actividades.

Estudio Financiero se encuentra compuesto por la proyección de ingresos costos fijos y variables los mismos que permiten obtener estados financieros, índices de costo beneficio, VAN, TIR, tiempo de retorno de la inversión y punto de equilibrio que facilitan la evaluación de viabilidad en la implementación del proyecto.

Propuesta Estratégica en este capítulo se define la razón social, la estructura organizacional, los niveles de jerarquía, misión, visión, principios, valores, manuales de funciones, estrategias financieras, de posicionamiento y empresariales que faciliten el desarrollo de actividades y cumplimiento de objetivos establecidos por la dirección.

Análisis de Impactos analiza la incidencia del proyecto en los ámbitos sociales, económicos y ambientales determinando que la ejecución del proyecto es positivo.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DEL LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE	xiii
ÍNDICE DE TABLAS	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiii
INTRODUCCIÓN	xxiv
OBJETIVOS	xxv
OBJETIVO GENERAL.....	xxv
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	xxv
JUSTIFICACIÓN	xxvi
CAPÍTULO I.....	27
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	27
ANTECEDENTES.....	27
OBJETIVO GENERAL.....	28
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	28
VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	28
INDICADORES.....	29
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	30
ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	31
ENTORNO GEOGRÁFICO	31
DEMOGRAFÍA	36
ACTIVIDADES ECONÓMICAS	39
ATRATIVOS TURÍSTICOS	43
ANÁLISIS PEST	44
POLÍTICO	45
ECONÓMICO	47
SOCIAL	48
TECNOLÓGICO	48

IDENTIFICACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades Y Riesgos.....	50
CRUCE ESTRATÉGICO MATRIZ AOR 51	51
DETERMINACIÓN DE LA Oportunidad DE Inversión.....	52
CAPÍTULO II	54
MARCO TEÓRICO.....	54
EMPRESA	54
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.....	54
CONTABILIDAD	56
IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD	57
OBJETIVO DE LA CONTABILIDAD.....	57
ACTIVO.....	58
PASIVO	58
PATRIMONIO.....	58
INGRESOS	59
GASTOS	59
PLAN DE CUENTAS	60
ESTADOS FINANCIEROS	61
BALANCE GENERAL	61
ESTADO DE RESULTADOS.....	62
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO	62
VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	63
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	63
PERIODO DE RECUPERACIÓN	64
RELACIÓN COSTO/BENEFICIO (C/B)	64
PUNTO DE EQUILIBRIO (PE).....	64
ADMINISTRACIÓN	65
ELEMENTOS BÁSICOS DE LA ADMINISTRACIÓN	65
PLANEACIÓN	65
ORGANIZACIÓN	66
DIRECCIÓN	66
CONTROL.....	66
ORGANIGRAMA	67
MANUALES ADMINISTRATIVOS.....	67

MERCADO.....	68
OFERTA	69
DEMANDA	69
PRODUCTO	70
PRECIO	70
PLAZA.....	70
PROMOCIÓN.....	71
TURISMO.....	72
ACTIVIDADES TURÍSTICAS.....	72
REGISTRO ÚNICO DE TURISMO	73
REGISTRO DE ALOJAMIENTO, ALIMENTOS Y BEBIDAS	73
CAPÍTULO III.....	74
ESTUDIO DE MERCADO	74
INTRODUCCIÓN	74
OBJETIVO GENERAL.....	74
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	74
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	75
INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	75
INFORMACIÓN PRIMARIA	75
INFORMACIÓN SECUNDARIA.....	76
VARIABLES	76
INDICADORES.....	76
MATRIZ DE RELACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO	78
DESARROLLO DE LA MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO.....	79
CONSUMIDORES	79
ESTRUCTURA DEL MERCADO.....	82
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	82
MARCO MUESTRAL	82
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	84
DEMANDA ACTUAL.....	84
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	84
CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LA DEMANDA	85
ANÁLISIS DE LA OFERTA	86
OFERTA ACTUAL.....	86

PROYECCIÓN DE LA OFERTA	87
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	88
CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LA OFERTA	88
PUBLICIDAD	88
IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS	89
CARACTERÍSTICAS	89
SERVICIOS SUSTITUTOS	90
NORMATIVA SANITARIA Y TÉCNICA	90
LEVANTAMIENTO DE DATOS.....	91
PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	92
ENCUESTA APLICADA A LOS TURISTAS EXTRANJEROS	92
ENCUESTA TURISTAS NACIONALES Y POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEL CANTÓN COTACACHI.....	104
ENTREVISTA A LOS ADMINISTRADORES Y PROPIETARIOS DE LAS HOSTERÍAS DEL CANTÓN COTACACHI.....	115
CONCLUSIONES DE LA ENTREVISTA REALIZADA A LOS ADMINISTRADORES Y PROPIETARIOS DE LAS HOSTERÍAS DEL CANTÓN COTACACHI	117
CAPÍTULO IV.....	118
ESTUDIO TÉCNICO	118
INTRODUCCIÓN	118
OBJETIVO GENERAL.....	118
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	118
TAMAÑO DEL PROYECTO	119
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	119
MACRO LOCALIZACIÓN	119
MICRO LOCALIZACIÓN.....	120
FACTORES RELEVANTES PARA LA LOCALIZACIÓN.....	121
SELECCIÓN DEL LUGAR	121
SELECCIÓN DE FACTORES	121
MATRIZ DE FACTORES.....	122
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	125
PROCESOS DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	125
REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA.....	129

DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES	129
INVERSIÓN	131
REQUERIMIENTO DE INMUEBLES E INFRAESTRUCTURA	131
REQUERIMIENTO MOBILIARIO Y EQUIPOS	132
REQUERIMIENTO DE MENAJE DE COCINA Y HABITACIONES.....	133
REQUERIMIENTO DE VEHÍCULOS	134
REQUERIMIENTO EQUIPO DE CÓMPUTO	134
REQUERIMIENTO SOFTWARE CONTABLE	135
REQUERIMIENTO SEMOVIENTES	135
GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN.....	135
CAPITAL DE TRABAJO.....	136
INVERSIÓN TOTAL	136
FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	137
AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO.....	138
DEPRECIACIONES.....	139
AMORTIZACIONES	140
DETERMINACIÓN DE COSTOS.....	141
MATERIA PRIMA DIRECTA	141
MANO DE OBRA DIRECTA.....	142
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	143
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	144
DETERMINACIÓN DE GASTOS	144
SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	144
GASTOS ADMINISTRATIVOS	145
GASTOS DE VENTA	145
TOTAL GASTOS	146
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	146
INGRESOS DEL PROYECTO	147
CAPÍTULO V	148
ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA	148
INTRODUCCIÓN	148
OBJETIVO GENERAL.....	148
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	148
INGRESOS PROYECTADOS	148

COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS	149
ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS	154
ESTADOS DE FLUJO DE CAJA PROYECTADOS	157
EVALUACIÓN FINANCIERA	159
VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	159
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	160
RELACIÓN COSTO – BENEFICIO.....	161
TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	162
PUNTO DE EQUILIBRIO	162
CAPÍTULO VI.....	166
PROPUESTA ESTRATÉGICA	166
INTRODUCCIÓN	166
OBJETIVO GENERAL	166
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	166
LA EMPRESA	167
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	167
TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA.....	167
TIPO DE EMPRESA	167
BASE FILOSÓFICA	168
MISIÓN	168
VISIÓN	168
PRINCIPIOS	168
CALIDAD.....	168
TRABAJO EN EQUIPO.....	168
COMPETITIVIDAD	169
VALORES	169
RESPETO	169
COMPAÑERISMO	169
HONESTIDAD	169
PROFESIONALISMO.....	169
LA ORGANIZACIÓN.....	170
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	170
MANUAL DE FUNCIONES	171
ESTRATEGIAS EMPRESARIALES	180

ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS DE POSICIONAMIENTO	181
ESTRATEGIAS FINANCIERAS	181
CAPÍTULO VII	183
ANÁLISIS PROSPECTIVO DE IMPACTOS	183
ANTECEDENTES.....	183
IMPACTO SOCIAL	184
IMPACTO ECONÓMICO.....	185
IMPACTO AMBIENTAL	186
CONCLUSIONES	187
RECOMENDACIONES	189
BIBLIOGRAFÍA	190
ANEXOS	194

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	30
Tabla 2	AGUA POTABLE	33
Tabla 3	ENERGÍA ELÉCTRICA	34
Tabla 4	MANEJO DE DESECHOS	35
Tabla 5	SERVICIO TELEFÓNICO.....	36
Tabla 6	POBLACIÓN COTACACHI	37
Tabla 7	NIVEL DE EDUCACIÓN	38
Tabla 8	SERVICIOS TURÍSTICOS.....	41
Tabla 9	ANÁLISIS PEST	45
Tabla 10	MATRIZ AOR	50
Tabla 11	CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.....	55
Tabla 12	CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.....	55
Tabla 13	MATRIZ DE RELACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO	78
Tabla 14	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.....	79
Tabla 15	Muestra de la Población Económicamente Activa	79
Tabla 16	INGRESO DE TURISTAS NACIONALES A IMBABURA.....	80
Tabla 17	INGRESO DE EXTRANJEROS ÚLTIMOS 5 AÑOS	80
Tabla 18	INGRESO DE TURISTAS EXTRANJEROS A IMBABURA	81
Tabla 19	INGRESO ANUAL DE TURISTAS AL CANTÓN.....	81
Tabla 20	DISTRIBUCIÓN DE LAS ENCUESTAS	83
Tabla 21	DETERMINACIÓN DEMANDA ACTUAL.....	84
Tabla 22	DATOS PROYECCIÓN DEMANDA	85
Tabla 23	DEMANDA PROYECTADA	85
Tabla 24	ESTABLECIMIENTOS POR CATEGORÍA	87
Tabla 25	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	88
Tabla 26	PROPÓSITO DE VISITA AL CANTÓN	92
Tabla 27	COMPAÑÍA DE VIAJE.....	93
Tabla 28	TIEMPO DE PERMANENCIA	94
Tabla 29	PERSONAS QUE VISITARÍAN LA HOSTERÍA	95
Tabla 30	CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DE LA HOSTERÍA	96
Tabla 31	SERVICIOS QUE UTILIZARÍA	97
Tabla 32	PAGO POR SERVICIO DE ALIMENTACIÓN	98

Tabla 33	PAGO POR SERVICIO DE HOSPEDAJE.....	99
Tabla 34	PAGO POR SERVICIO DE ESPARCIMIENTO	100
Tabla 35	PREFERENCIA DE ALIMENTACIÓN.....	101
Tabla 36	DÍAS DE VISITA A LA HOSTERÍA.....	102
Tabla 37	PUBLICIDAD DE LA HOSTERÍA	103
Tabla 38	PROPÓSITO DE VISITA AL CANTÓN	104
Tabla 39	TIEMPO DE PERMANENCIA	105
Tabla 40	COMPANÍA DE VIAJE.....	106
Tabla 41	NIVEL DE ACEPTACIÓN DE VISITA A UNA HOSTERÍA	107
Tabla 42	SERVICIOS QUE UTILIZARÍA	108
Tabla 43	PAGO POR SERVICIO DE ALIMENTACIÓN	109
Tabla 44	PAGO POR SERVICIO DE HOSPEDAJE.....	110
Tabla 45	PAGO POR SERVICIO DE ESPARCIMIENTO	111
Tabla 46	PREFERENCIA DE ALIMENTACIÓN.....	112
Tabla 47	DÍAS DE VISITA.....	113
Tabla 48	PUBLICIDAD DE LA HOSTERÍA	114
Tabla 49	ESCALA PARA LA CALIFICACIÓN DE FACTORES	122
Tabla 50	MATRIZ DE FACTORES.....	123
Tabla 51	PONDERACIÓN DE FACTORES	124
Tabla 52	REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA.....	129
Tabla 53	REQUERIMIENTO DE INMUEBLES E INFRAESTRUCTURA	131
Tabla 54	REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO Y EQUIPOS.....	132
Tabla 55	REQUERIMIENTO MENAJE DE COCINA Y HABITACIONES	133
Tabla 56	REQUERIMIENTO DE VEHÍCULOS	134
Tabla 57	REQUERIMIENTO EQUIPO DE CÓMPUTO	134
Tabla 58	REQUERIMIENTO SOFTWARE CONTABLE.....	135
Tabla 59	REQUERIMIENTO DE ACTIVOS BIOLÓGICOS.....	135
Tabla 60	GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN.....	136
Tabla 61	CAPITAL DE TRABAJO	136
Tabla 62	INVERSIÓN TOTAL.....	137
Tabla 63	FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	137
Tabla 64	AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO.....	138
Tabla 65	DEPRECIACIONES.....	140
Tabla 66	AMORTIZACIONES	140

Tabla 67	MATERIA PRIMA DIRECTA	141
Tabla 68	RESUMEN MATERIA PRIMA DIRECTA	142
Tabla 69	MANO DE OBRA DIRECTA.....	143
Tabla 70	COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN	143
Tabla 71	RESUMEN COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	144
Tabla 72	SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	144
Tabla 73	GASTOS ADMINISTRATIVOS	145
Tabla 74	GASTOS DE VENTA	145
Tabla 75	TOTAL GASTOS	146
Tabla 76	RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	146
Tabla 77	INGRESOS DEL PROYECTO	147
Tabla 78	INGRESOS PROYECTADOS	149
Tabla 79	MATERIA PRIMA PROYECTADA.....	150
Tabla 80	MANO DE OBRA DIRECTA PROYECTADA.....	151
Tabla 81	COSTOS INDIRECTOS PRODUCCIÓN PROYECTADOS	151
Tabla 82	SUELDOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS.....	152
Tabla 83	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN PROYECTADOS.....	153
Tabla 84	GASTOS DE VENTA PROYECTADOS	153
Tabla 85	ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS	156
Tabla 86	ESTADOS DE FLUJO DE CAJA PROYECTADOS.....	158
Tabla 87	VALOR ACTUAL NETO	160
Tabla 88	RELACIÓN COSTO - BENEFICIO	161
Tabla 89	TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	162
Tabla 90	PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO DE ALIMENTACION.....	163
Tabla 91	PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO DE HOSPEDAJE.....	163
Tabla 92	PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO DE ESPARCIMIENTO	164
Tabla 93	MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS	183
Tabla 94	IMPACTO SOCIAL	184
Tabla 95	IMPACTO ECONÓMICO	185
Tabla 96	IMPACTO AMBIENTAL	186

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA	31
Gráfico 2 POBLACIÓN POR GRUPOS ÉTNICOS	37
Gráfico 3 POBLACIÓN.....	39
Gráfico 4 ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR	40
Gráfico 5 PROPÓSITO DE VISITA AL CANTÓN	92
Gráfico 6 COMPAÑÍA DE VIAJE.....	93
Gráfico 7 TIEMPO DE PERMANENCIA	94
Gráfico 8 PERSONAS QUE VISITARÍAN LA HOSTERÍA.....	95
Gráfico 9 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DE LA HOSTERÍA.....	96
Gráfico 10 SERVICIOS QUE UTILIZARÍA	97
Gráfico 11 PAGO POR SERVICIO DE ALIMENTACIÓN	98
Gráfico 12 PAGO POR SERVICIO DE HOSPEDAJE.....	99
Gráfico 13 PAGO POR SERVICIO DE ESPARCIMIENTO	100
Gráfico 14 PREFERENCIA DE ALIMENTACIÓN.....	101
Gráfico 15 DÍAS DE VISITA A LA HOSTERÍA.....	102
Gráfico 16 PUBLICIDAD DE LA HOSTERÍA.....	103
Gráfico 17 PUBLICIDAD DE LA HOSTERÍA.....	104
Gráfico 18 TIEMPO DE PERMANENCIA	105
Gráfico 19 COMPAÑÍA DE VIAJE.....	106
Gráfico 20 NIVEL DE ACEPTACIÓN DE VISITA A UNA HOSTERÍA	107
Gráfico 21 SERVICIOS QUE UTILIZARÍA	108
Gráfico 22 PAGO POR SERVICIO DE ALIMENTACIÓN	109
Gráfico 23 PAGO POR SERVICIO DE HOSPEDAJE.....	110
Gráfico 24 PAGO POR SERVICIO DE ESPARCIMIENTO	111
Gráfico 25 PREFERENCIA DE ALIMENTACIÓN.....	112
Gráfico 26 DÍAS DE VISITA.....	113
Gráfico 27 PUBLICIDAD DE LA HOSTERÍA.....	114
Gráfico 28 PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO DE ALIMENTACIÓN.....	163
Gráfico 29 PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO DE HOSPEDAJE.....	164
Gráfico 30 PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO DE ESPARCIMIENTO ...	165

INTRODUCCIÓN

El cantón Cotacachi pertenece a la provincia de Imbabura, limita al norte con el cantón Urcuquí al sur con el cantón Otavalo al este con el cantón Antonio Ante y al oeste con la provincia de Esmeraldas, cuenta con una población de 41.115 habitantes los mismos que se distribuyen por grupos étnicos el 2% corresponde a negros y mulatos, el 2% población blanca, seguido del 37% que corresponde a la población indígena y el 59% que pertenece a población mestiza.

La actividad económica que se desarrolla en esta ciudad es la agroindustria, el procesamiento de cebada, remolacha, caña de azúcar, patatas, legumbres, cítricos y aceitunas en el sector artesanal se puede identificar la producción y comercialización de artículos de cuero que son de gran acogida por su excelente calidad, así como también el sector financiero contribuye al crecimiento económico, en el sector minero se realiza la transformación de la cal, otro de los sectores que generan dinamización de la economía es el sector turístico que en los últimos años ha incrementado de manera favorable para la ciudad.

Cotacachi goza de una variedad de atractivos turísticos que son frecuentados por sus hermosos paisajes, las costumbres y tradiciones de su gente que hacen de este lugar un sector propicio para realizar inversiones en la actividad turística, el mismo que actualmente se fomenta a que se desarrolle de una manera sustentable evitando impactos negativos que deterioren el medio ambiente, el análisis de estos factores permiten identificar la oportunidad de inversión en la creación de una hostería la misma que será una actividad que contribuirá con la generación fuentes de empleo y mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- ✓ Elaborar el Estudio de Factibilidad para la creación de una Hostería en la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Realizar el diagnóstico situacional de la ciudad de Cotacachi, para identificar los posibles aliados, oponentes, riesgos y oportunidades que pueden influir en la realización del proyecto.
- ✓ Estructurar el marco teórico en base a la investigación.
- ✓ Estructurar el Estudio de Mercado para medir el nivel de aceptación del servicio, de manera que se pueda identificar el comportamiento de la oferta y demanda del servicio turístico de la ciudad de Cotacachi.
- ✓ Elaborar el Estudio Técnico que permita tener una visión del proyecto para identificar la localización del proyecto y los aspectos relacionados con vías de acceso, infraestructura, abastecimiento de insumos, servicios básicos, mano de obra.
- ✓ Realizar el Estudio Económico Financiero del proyecto con la finalidad de determinar la viabilidad del proyecto.
- ✓ Determinar los principales impactos en los ámbitos social, económico y ambiental que generará la implementación del presente proyecto en la ciudad de Cotacachi.

JUSTIFICACIÓN

Ecuador es un país muy rico en recursos naturales y biodiversidad lo cual hace de este un atractivo turístico reconocido mundialmente, la variedad de paisajes, la increíble naturaleza y su gente cautivan a gran cantidad de turistas de diversos lugares del mundo a visitar nuestro país.

La diversidad de recursos que posee Ecuador al aprovecharlos adecuadamente constituye un medio productivo que contribuirá a la generación de fuentes de empleo permitiendo de esta manera mejorar las condiciones de vida de la población.

El propósito de este estudio de factibilidad es la creación de una hostería la misma que tendrá como consecuencia el desarrollo del turismo en el cantón Cotacachi, mediante la utilización de la diversidad turística la misma que contribuirá al crecimiento económico del cantón lo cual beneficiará a la comunidad ya que los habitantes podrán desarrollar sus habilidades y capacidades artesanales logrando de esta manera que los turistas adquieran bienes o servicios ofertados en el cantón.

Mediante el estudio de mercado que se realizará posteriormente se podrá determinar si el proyecto es viable, permitiendo evaluar el tiempo de recuperación de la inversión realizada y la rentabilidad que generará ya que con este proyecto el lugar tendrá mayor cantidad de visitantes lo cual contribuirá en el desarrollo económico del sector.

En la actualidad el turismo es una de las fuentes más importantes que generan ingresos en la economía del país así como también plazas de empleo, razón por la cual el presente proyecto tiene como objetivo potenciar el turismo nacional como internacional de manera que exista un mayor nivel de ingreso y aporte económico en el sector que se desarrollará el proyecto.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

El cantón Cotacachi se encuentra ubicado al norte del Ecuador, en la provincia de Imbabura limita al norte con el cantón Urcuquí, al sur con el cantón Otavalo, al este con el cantón Antonio Ante y al oeste con la provincia de Esmeraldas.

El cantón Cotacachi cuenta con una población de 41.115 habitantes y una superficie de 1.809 kilómetros cuadrados, su clima es templado semi - seco o andino de valles y su temperatura oscila entre 14° y 19° Celsius.

Cotacachi posee variedad de atractivos turísticos como son La Laguna de Cuicocha, La Reserva Ecológica Cotacachi Cayapaz, El Bosque Protector Los Cedros, Museo de las Culturas que hacen de esta una ciudad un lugar de gran acogida para turistas nacionales y extranjeros; el segmento extranjero principalmente constituyen los jubilados de Estados Unidos y Canadá, según un comunicado del Ministerio de Turismo 277.160 viajeros ingresaron al país entre enero y febrero del 2014. En el mismo período del año 2013, se contabilizó el arribo de 234.610. Las cifras muestran que hubo un aumento del 18,1% durante el año 2014.

Los turistas provienen en gran parte de Colombia, país que encabeza la lista de los mayores visitantes con 81.237 arribos. Luego están Estados Unidos con 39.244 llegadas y Perú con 34.724 visitantes. Otros de los países que prefirieron hacer turismo en Ecuador son Argentina, Venezuela, Chile, España, Canadá, Alemania y México.

En la actualidad el turismo es promocionado por el gobierno, ya que apoya a la inversión en el sector turístico estableciendo incentivos en el pago de impuestos, el acceso a créditos con una baja tasa de interés ofertados por la Corporación Financiera Nacional, estos aspectos favorecen a la inversión en el sector turístico del país ya que impulsa el crecimiento en los diferentes sectores del país.

1.2 OBJETIVO GENERAL

- ✓ Conocer la situación actual de la ciudad de Cotacachi, para identificar los posibles aliados, oponentes, riesgos y oportunidades que pueden influir en la realización del proyecto.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Analizar la ubicación geográfica y clima del cantón Cotacachi.
- ✓ Conocer las variables demográficas del cantón Cotacachi.
- ✓ Conocer la disponibilidad de los servicios de infraestructura básicos del cantón.
- ✓ Identificar los atractivos turísticos del cantón Cotacachi.
- ✓ Conocer las costumbres y tradiciones de la población.
- ✓ Conocer la cantidad de turistas que visitan anualmente el cantón Cotacachi.
- ✓ Identificar los servicios turísticos que se ofrecen los diferentes establecimientos en el cantón.
- ✓ Conocer la situación social y económica del cantón.

1.4 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Con la finalidad de analizar la situación actual del cantón Cotacachi se ha establecido las siguientes variables:

- ✓ Entorno geográfico.
- ✓ Demografía.
- ✓ Actividades económicas.
- ✓ Atractivos turísticos.

1.5 INDICADORES

✓ Entorno geográfico.

- Ubicación del cantón.
- Límites.
- Clima.
- Altura.
- Vías de acceso.

✓ Demografía.

- Población.
- Población por grupo étnico.
- Tasa de crecimiento poblacional.
- Nivel de educación.

✓ Actividades económicas.

- Población económicamente activa.
- Turismo.
- Comercio.

✓ Atractivos turísticos.

- Sectores turísticos.
- Costumbres y tradiciones.
- Gastronomía.

1.6 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Tabla 1
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Objetivo	Variable	Indicador	Fuente de Información	Técnica	Objeto de Estudio
Analizar la ubicación geográfica del cantón Cotacachi en donde se implementará el proyecto	Entorno geográfico	* Ubicación del cantón. * Límites. * Clima. * Altura. * Vías de acceso.	Internet	Investigación	Municipio del cantón Cotacachi
Analizar las variables demográficas del cantón Cotacachi	Demografía	* Población. * Población por grupo étnico. * Tasa de crecimiento poblacional. * Nivel de educación.	Internet	Investigación	Municipio del cantón Cotacachi INEC
Analizar las actividades económicas que desarrolla la población del cantón Cotacachi	Actividades económicas	* Población económicamente activa. * Turismo. * Comercio.	Internet	Investigación	INEC
Identificar los atractivos turísticos del cantón Cotacachi	Atractivos turísticos	* Sectores turísticos. * Costumbres y tradiciones. * Gastronomía.	Internet Observación	Investigación	Municipio del cantón Cotacachi

Elaborado: La autora

1.7 ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DIAGNÓSTICAS

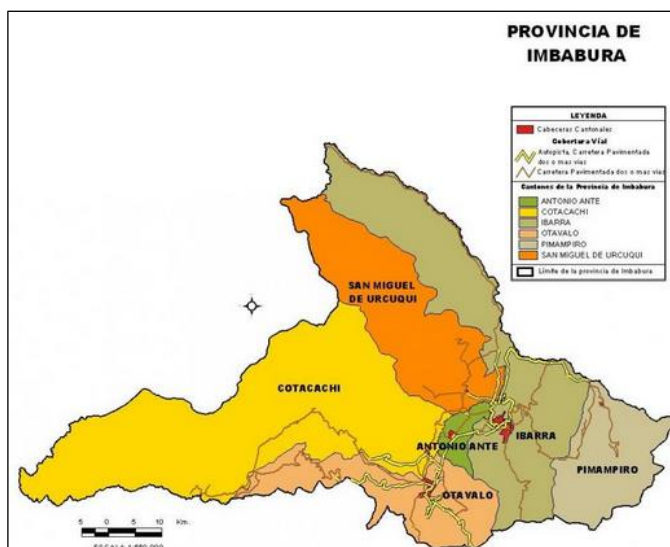
1.7.1 ENTORNO GEOGRÁFICO

1.7.1.1 UBICACIÓN DEL CANTÓN

El cantón Cotacachi se encuentra ubicado en la región norte del país y al sur de la provincia de Imbabura, cuenta con una superficie de 1.725,70 km² según datos proporcionados por la Asamblea Cantonal de Cotacachi.

El cantón Cotacachi se localiza en la provincia de Imbabura a una altura que va desde los 1.600 hasta los 4.939 metros sobre el nivel del mar y posee un área de 1.809 km², una latitud de 00° 18' N y longitud de 074° 02' O.

Gráfico 1
UBICACIÓN GEOGRÁFICA



Fuente: Mapa del Ecuador.

El cantón Cotacachi se encuentra conformado por una parroquia urbana que es Cotacachi y ocho rurales que son: Apuela, Peñaherrera, Vacas Galindo, García Moreno, Imantag, Plaza Gutiérrez, Quiroga y 6 de Julio Cuellaje.

Cotacachi cuenta con gran variedad de paisajes turísticos como son la Laguna de Cuicocha y la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapaz, además de ser muy reconocida por las artesanías elaboradas en cuero y su gastronomía.

1.7.1.2 LÍMITES

El cantón Cotacachi limita al norte con el cantón Urcuquí al sur con el cantón Otavalo al este con el cantón Antonio Ante y al oeste con la provincia de Esmeraldas.

1.7.1.3 CLIMA

Cotacachi es un cantón que posee dos zonas la Andina ubicada en las faldas del volcán Cotacachi y su temperatura oscila entre los 15° y 20° C, esta zona se encuentra conformado por las parroquias urbanas San Francisco y El Sagrario y las parroquias rurales Imantag y Quiroga.

La zona subtropical se encuentra conformada por las parroquias de Apuela, García Moreno, Peñaherrera, Cuellaje, Vacas Galindo y Plaza Gutiérrez el clima oscila entre los 25° y 30° C y se extiende desde la cordillera Occidental de los Andes hasta los límites con las provincias de Esmeraldas y Pichincha.

1.7.1.4 VÍAS DE ACCESO

Las inversiones realizadas durante los últimos años en las carreteras contribuyen al desarrollo económico del país, permitiendo que los turistas puedan trasladarse a diversos lugares del territorio de manera más rápida reduciendo los tiempos y gastos de transporte generando así nuevas oportunidades para el crecimiento económico, social y cultural de la población.

Para llegar a Cotacachi la vía principal se encuentra por la carretera sur Otavalo – Ibarra donde se puede observar un puente a desnivel que permite el ingreso y salida a la ciudad de Cotacachi.

Otra de las vías que permiten el acceso al cantón es la carretera Atuntaqui - Ibarra, además se cuenta con vías alternativas como son la de Intag que conduce hacia la parroquia de Quiroga y luego a Cotacachi, otra vía es la de Urcuquí - Cotacachi que se realiza a través de un recorrido por la parroquia de Imantag facilitando así el ingreso al cantón Cotacachi.

1.7.1.5 DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS

A continuación se detalla los servicios de infraestructura básicas a los que tienen acceso, las viviendas ocupadas en el cantón Cotacachi según los datos recopilados en el Censo de Población y Vivienda del año 2010.

1.7.1.5.1 AGUA POTABLE

Tabla 2
AGUA POTABLE

Parroquia	Red Pública	Pozo	Río, vertiente	Carro repartidor	Otro (agua lluvia)
6 de Julio de Cuellaje	42,66 %	1,35 %	53,95 %	0,00 %	2,03 %
Apuela	51,95 %	1,73 %	44,59 %	0,22 %	1,52 %
Cotacachi	78,26 %	1,08 %	18,72 %	0,05 %	1,89 %
García moreno	25,63 %	2,50 %	71,37 %	0,00 %	0,50 %
Imantag	57,82 %	0,18 %	40,51 %	0,26 %	1,23 %
Peñaherrera	41,03 %	1,24 %	56,49 %	0,00 %	1,24 %
Plaza Gutiérrez	34,40 %	0,80 %	62,40 %	0,00 %	2,40 %
Quiroga	71,59 %	2,11 %	24,26 %	0,00 %	2,04 %
Vacas Galindo	30,17 %	2,79 %	64,80 %	0,00 %	2,23 %
Total	62,17 %	1,39 %	34,74 %	0,06 %	1,63 %

Fuente: INEC – Censo de Población y Vivienda 2010.

Los datos recopilados muestran que la mayor parte de la población es decir el 62,17% cuenta con el suministro de la red pública, seguido del 34,74% que se abastecen de ríos, vertientes y canales mientras que el 3,08% se abastecen por otros medios como pozo y del carro repartidor de agua.

El plan de ordenamiento territorial de Cotacachi en su estudio realizado menciona que en la zona urbana del cantón se cuenta con dos plantas de tratamiento que son la casa del agua y Quiroga.

Respecto a la zona rural no se cuenta con plantas de tratamiento, por lo cual se aplica en algunos casos los tanques sedimentadores y aplicación de coloración.

1.7.1.5.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

Tabla 3
ENERGÍA ELÉCTRICA

Parroquia	Red de empresa eléctrica de servicio público	Panel solar	Generador de luz (planta eléctrica)	Otro	No tiene
6 de Julio de Cuellaje	92,78 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	7,22 %
Apuela	92,21 %	0,00 %	0,22 %	0,00 %	7,58 %
Cotacachi	95,96 %	0,02 %	0,00 %	0,05 %	3,97 %
García moreno	86,89 %	0,00 %	0,67 %	0,33 %	12,10 %
Imantag	94,11 %	0,00 %	0,26 %	0,09 %	5,54 %
Peñaherrera	95,46 %	0,00 %	0,00 %	0,21 %	4,33 %
Plaza Gutiérrez	94,40 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	5,60 %
Quiroga	95,85 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	4,15 %
Vacas Galindo	91,06 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	8,94 %
Total	94,15 %	0,01 %	0,12 %	0,08 %	5,63 %

Fuente: INEC – Censo de Población y Vivienda 2010.

Los datos recopilados por el INEC demuestran que casi la mayor parte de la población cuenta con el servicio de energía eléctrica suministrado por la empresa eléctrica de servicio público.

1.7.1.5.3 MANEJO DE DESECHOS

Tabla 4
MANEJO DE DESECHOS

Parroquia	Carro recolector	Arrojan en terreno baldío o quebrada	Quemando	Enterrando	Arrojan al río, acequia o canal	De otra forma
6 de Julio de Cuellaje	23,48 %	57,56 %	12,64 %	5,19 %	0,23 %	0,90 %
Apuela	21,86 %	48,27 %	16,45 %	9,31 %	1,08 %	3,03 %
Cotacachi	82,04 %	7,82 %	8,25 %	1,15 %	0,36 %	0,38 %
García Moreno	13,77 %	37,40 %	32,22 %	8,76 %	3,76 %	4,09 %
Imantag	56,15 %	13,53 %	24,25 %	3,60 %	1,41 %	1,05 %
Peñaherrera	20,21 %	51,96 %	13,20 %	9,07 %	1,24 %	4,33 %
Plaza Gutiérrez	5,60 %	60,00 %	16,80 %	13,60 %	0,00 %	4,00 %
Quiroga	77,46 %	6,86 %	10,48 %	2,04 %	1,25 %	1,91 %
Vacas Galindo	0,00 %	56,98 %	12,85 %	27,37 %	0,56 %	2,23 %
Total	58,79 %	19,94 %	14,45 %	4,12 %	1,11 %	1,58 %

Fuente: INEC – Censo de Población y Vivienda 2010.

El desecho de los residuos se lo realiza mediante el servicio de recolección de basura el cual cubre el 58.79%, mientras que el 19.94% de la población arrojan la basura en quebradas o terrenos baldíos, el 14.45% quema la basura, mientras que el 6.81% de la población entierra o arroja en acequias, al río o canales.

El cantón Cotacachi en el año 2009 implemento el proceso de clasificación de los desechos de manera que aquellos residuos que sean reutilizables no ingresen al

relleno sanitario, disminuyendo de esta manera el impacto ambiental generado por los desechos contribuyendo así con el medio ambiente, el orden y la limpieza del cantón.

1.7.1.6.4 TELÉFONO

Tabla 5
SERVICIO TELEFÓNICO

Parroquia	Si	No
6 de Julio de Cuellaje	25,34 %	74,66 %
Apuela	38,71 %	61,29 %
Cotacachi	34,50 %	65,50 %
García moreno	2,96 %	97,04 %
Imantag	6,15 %	93,85 %
Peñaherrera	23,53 %	76,47 %
Plaza Gutiérrez	42,40 %	57,60 %
Quiroga	27,63 %	72,37 %
Vacas Galindo	15,00 %	85,00 %
Total	25,21 %	74,79 %

Fuente: INEC – Censo de Población y Vivienda 2010.

En este sector se puede observar que el 74.79% de la población no cuenta con el servicio telefónico, mientras que el 25.21% cuenta con este servicio en su vivienda.

1.7.2 DEMOGRAFÍA

1.7.2.1 POBLACIÓN

La población del cantón Cotacachi es de 40.036 habitantes los mismos que se encuentran distribuidos como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 6
POBLACIÓN COTACACHI

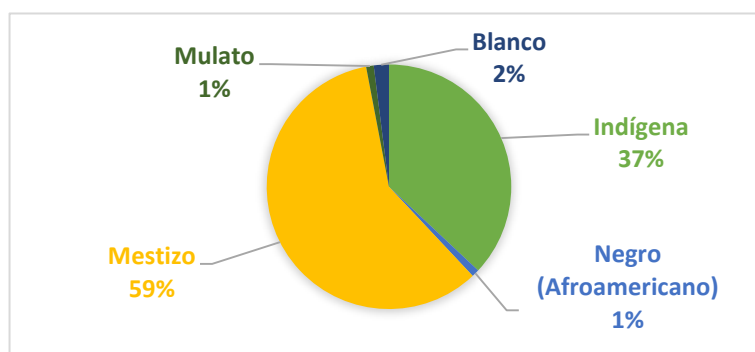
Parroquia	Urbano	Rural	Total
Cotacachi	8.848	8.291	17.139
Apuela		1.824	1.824
Peñaherrera		1.644	1.644
Vacas Galindo		698	698
García Moreno		5.060	5.060
Imantag		4.941	4.941
Plaza Gutiérrez		496	496
Quiroga		6.454	6.454
6 de Julio Cuellaje		1.780	1.780
Total	8.848	31.188	40.036

Fuente: INEC – Censo de Población y Vivienda 2010.

1.7.2.2 POBLACIÓN POR GRUPO ÉTNICO

Los datos obtenidos en el Censo de Población y Vivienda determina que la población del cantón Cotacachi se encuentra estructurada de la siguiente manera el 59% corresponde a la población mestiza, el 37% corresponde a la población indígena y finalmente el 2% corresponde a población blanca y el 2% a negros y mulatos.

Gráfico 2
POBLACIÓN POR GRUPOS ÉTNICOS



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Cotacachi.

1.7.2.3 TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL

El crecimiento poblacional del cantón Cotacachi según datos recopilados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos en el Censo de Población y Vivienda correspondiente al año 2001 la población del cantón fue de 15.002, el censo realizado en el año 2010 determina una población de 17.139 habitantes estos datos permiten determinar una tasa de crecimiento poblacional correspondiente al 1.48%.

1.7.2.4 NIVEL DE EDUCACIÓN

Los datos recopilados en el censo de población y vivienda del año 2010 determina que la mayor parte de la población es decir el 42% asiste a centros de educación primaria, el 15% a centros de educación básica, seguida del 14% de la población que cursa la educación secundaria, y finalmente el 7% manifestó asistir a instituciones de educación superior a continuación se detalla el número de habitantes que asisten a los diferentes centros educativos.

Tabla 7
NIVEL DE EDUCACIÓN

Parroquia	6 de Julio Cuellaje	Apuela	Cotacachi	García Moreno	Imantag	Peñaherrera	Plaza Gutiérrez	Quiroga	Vacas Galindo	Total
Centro										
Ninguno	142	210	1.709	330	783	170	91	778	100	4.313
Centro de Alfabetización	8	4	178	9	151	5	4	55	5	419
Preescolar	22	19	173	25	86	14	3	76	8	426
Primario	870	809	5.116	2.242	2.144	824	181	2.516	316	15.018
Secundario	138	122	2.716	327	461	177	22	1.061	31	5.055
Educación Básica	301	334	1.977	1.207	461	183	95	490	143	5.191
Bachillerato	57	56	1.052	145	126	44	34	215	17	1.746
Post bachillerato	7	6	137	10	7	6	2	44	1	220
Superior	41	33	1.733	67	55	44	12	334	9	2.328
Postgrado	1	2	103	2	2	1	4	5	0	120
Se ignora	8	15	390	70	102	36	13	175	0	809
Total	1.595	1.610	15.284	4.434	4.378	1.504	461	5.749	630	35.645

Fuente: INEC – Censo de Población y Vivienda 2010.

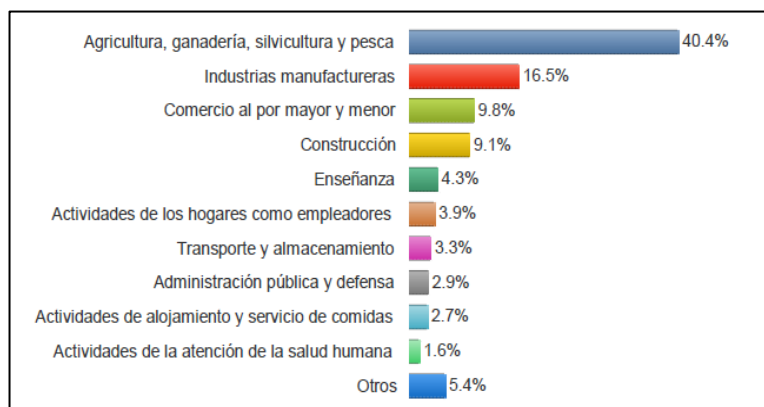
Durante el año 2005 el cantón Cotacachi ejecutó el proyecto “Yo sí puedo” el mismo que permitió la alfabetización de mil setecientas personas, la reducción fue del 22.3% de iletrados al 3,8% este proyecto ayuda a la población a mejorar sus conocimientos y tener un mejor desempeño en la sociedad.

1.7.3 ACTIVIDADES ECONÓMICAS

1.7.3.1 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

La población económicamente activa de Cotacachi corresponde a 29.934 habitantes de los cuales el 68% corresponde a los hombres y el 32% a las mujeres, a continuación se muestra las diferentes actividades que realiza la Población Económicamente Activa del cantón según los datos recopilados en el censo de población y vivienda 2010.

Gráfico 3
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA



Fuente: INEC – Censo de Población y Vivienda 2010.

Los datos demuestran que la actividad de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca es a la que la mayor parte de la población se dedica, seguida de las actividades realizadas por las industrias manufactureras y en menor proporción se encuentran las actividades relacionadas con la atención de la salud humana.

En los últimos años la actividad turística ha tenido un crecimiento significativo en el mercado lo cual representa el 4.2% del Producto Interno Bruto debido a que la inversión realizada en este sector beneficia al sector económico del país así como también a la generación de nuevas fuentes de empleo.

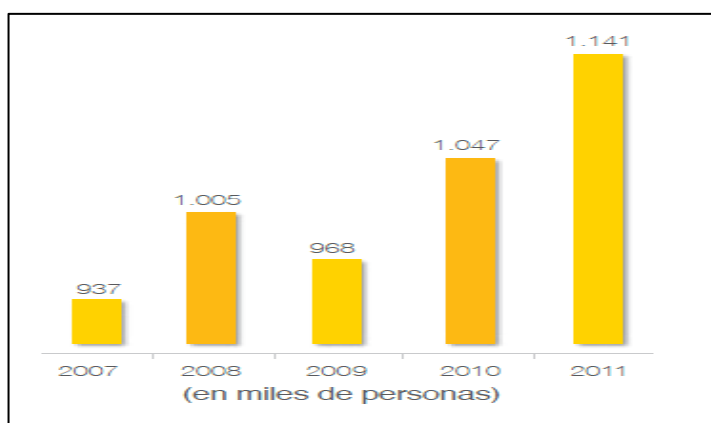
1.7.3.2 TURISMO

Ecuador se encuentra dentro de los 17 países más turísticos ya que se puede encontrar gran diversidad de riqueza natural, gastronómica, tradicional y cultural las cuatro regiones del país gozan de una maravillosa variedad de flora y fauna las cuales son un gran atractivo para los turistas.

La gran variedad de atractivos turísticos de nuestro país constituyen una fuente de ingresos en la economía del país razón por la cual el Ministerio de Turismo fomenta el desarrollo de la actividad turística con el objetivo de fortalecer el crecimiento económico, social y ambiental.

Durante los últimos años el sector turístico ha crecido de manera considerable lo cual ha incrementado la inversión en este sector contribuyendo a la economía del país y la mejora de la calidad de vida de la población al generar plazas de empleo.

Gráfico 4
ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR



Fuente: Ministerio de Turismo

Los servicios turísticos que se ofertan en el cantón Cotacachi se encuentran conformados por 38 establecimientos:

La agencia de viajes oferta servicios de turismo tanto nacional como internacional en la organización de tours a los diferentes lugares turísticos que posee el cantón Cotacachi, en donde pueden realizar las siguientes actividades como son el

ascenso al volcán Cotacachi, visita de la Laguna Cuicocha, visita de las iglesias, visita al museo de la ciudad entre otras.

En los servicios de alojamiento cuenta con 14 establecimientos entre los cuales podemos encontrar cabañas, hostales, residencias, hosterías, hoteles y pensiones, los servicios de alimentos y bebidas son 23 establecimientos conformados por restaurantes, restaurantes de comida típica y cafeterías.

A continuación se detallan los servicios turísticos de acuerdo al tipo de servicio que ofertan y la categoría en la que se encuentran:

Tabla 8
SERVICIOS TURÍSTICOS

ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA			
	1°	2°	3°	4°
AGENCIAS DE VIAJES				
YURATOURS				
ALOJAMIENTO				
CABAÑAS				
QUINTA LA POSADA		X		
HOSTALES				
JORA CONTINENTAL			X	
LAND OF SUN INC.	X			
POSADA MUNAYLLA			X	
HOSTALES RESIDENCIAS				
EL ARBOLITO		X		
BACHITA			X	
LA CUADRA		X		
MINDALES		X		
SEBITAS			X	
HOSTERÍAS				
HACIENDA SAN ISIDRO DE ILTAQUÍ	X			
LA MIRAGE	X			
ORO AZUL		X		
HOTELES				
RANCHO SANTA FE	X			
PENSIONES				
TERRA NOSTRA			X	

ALIMENTOS Y BEBIDAS				
CAFETERÍAS				
ADOBE CAFÉ				X
CASA DE FRUTAS			X	
RINCÓN DEL SOL			X	
FUENTES DE SODA				
10 DE AGOSTO			X	
OSKAR PIZZERÍA # 2			X	
RESTAURANTES				
AJI DE PIEDRA			X	
ALIANI			X	
LA CASA DE PABLO			X	
LA CASA DEL TURISTA			X	
COLORS & FLAVOURS		X		
D'ANITA			X	
LA FONTANA		X		
EL LEÑADOR DE COTACACHI			X	
LA MARQUEZA			X	
EL PASEO DE LOS ARUPOS			X	
SOLID ROCK GRILL				X
'LA TOLA			X	
EL VERANEANTE			X	
RESTAURANTES DE COMIDA TÍPICA				
LAS AUTÉNTICAS Y EXQUISITAS CARNES COLORADAS				X
EL COCO			X	
ESPECIALES CARNES COLORADAS				X
ESPECIALES CARNES COLORADAS ESTHER MORENO			X	
BAR				
THE MONKEY		X		

Fuente: Ministerio de Turismo - Catastro de servicios turísticos de Imbabura 2014.

1.7.3.3 COMERCIO

En el cantón Cotacachi dentro del área urbana se puede encontrar que el comercio es una de las principales actividades económicas, el registro de patentes municipales del año 2010 demuestra que el 57% corresponde al sector comercio y servicios, el 16% servicio de restaurantes, el 19% en servicios personales y el 8% otras actividades.

Dentro de la actividad comercial se identifica la venta de artículos de cuero como zapatos, carteras, chaquetas, cinturones, sombreros, monederos reconocidos por la excelente calidad.

1.7.4 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1.7.4.1 SECTORES TURÍSTICOS

Cotacachi goza de una variedad de atractivos turísticos que son muy frecuentados por sus hermosos paisajes, dentro de esta actividad podemos encontrar el turismo comunitario el mismo que permite a los turistas compartir la forma de vida, las costumbres y tradiciones de las familias a las que visitan.

Uno de los atractivos turísticos mayormente reconocidos en el sector es la laguna de Cuicocha que se formó a causa de una erupción del volcán Cotacachi, es por eso que la laguna se encuentra dentro del volcán motivo por el cual no existe vida acuática sin embargo se puede encontrar variedad de vegetación a su alrededor.

Los lugares turísticos con mayor registro de visitas son la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapaz, la Iglesia Catedral La Matriz, la Laguna de Piñan, Los Bosques de la Florida, Los Cedros y Azabí y el Balneario de Nangulví.

1.7.4.2 COSTUMBRES Y TRADICIONES

En cada una de las regiones del país se conservan costumbres y tradiciones propias del lugar, Cotacachi es reconocido como la capital de la música debido a la fabricación del rondador y su habilidad para tocarlo.

El 6 de Julio se celebran las fiestas del cantón y el de 12 Septiembre es la fiesta de la Jora, esta bebida tiene como ingrediente principal el maíz de jora y se utilizaba en las ceremonias del Inti Raymi en la cual el inca brindaba en honor al sol y también ofrendaban a la Pachamama para obtener una buena cosecha.

Las costumbres del cantón es la procesión de Viernes Santo representando la Pasión de Cristo, el 2 de Noviembre día de los difuntos en donde se puede observar en las calles de la ciudad el tradicional juego de trompos, entre otras de las costumbres se mantiene el juego de pelota a mano y pelota de guante.

Las comunidades de Cotacachi conservan aun las costumbres artísticas y culturales al mantener la tradición de celebrar las fiestas de San Juan, San Pedro y San Pablo en las cuales se realizan danzas, preparación de platos típicos y cantos en agradecimiento a la Pacha Mama y el Inti Taita por los frutos brindados.

1.7.4.3 GASTRONOMÍA

La gastronomía de Cotacachi principalmente está compuesta por las carnes coloradas este plato se prepara con carne de cerdo acompañado de papas, maíz, aguacate, queso y empanada.

La chicha de jora es una bebida que se realiza con maíz en su honor se realiza la fiesta de la Jora, actualmente se realiza un concurso para determinar quien prepara la mejor chicha de Jora.

La colada con churos es una bebida caliente que se prepara en el mes de Noviembre en los días de difuntos, otros de los platos típicos es el cuy que es muy tradicional prepararlo en las fiestas de las comunidades además se puede degustar de otros de los platos como la fritada, el caldos de gallina criolla y los postres constituyen el dulce de higos y el pan de casa.

1.8 ANÁLISIS PEST

El análisis Pest es una herramienta que permite estudiar el entorno en el cual se desenvolverá la organización, mediante este análisis podemos determinar una visión general de los diferentes factores que se deben tomar en cuenta en la implementación del presente proyecto.

Tabla 9
ANÁLISIS PEST

POLÍTICO	ECONÓMICO
<ul style="list-style-type: none"> * Permisos municipales. * Permisos de funcionamiento. * Normativa legal. * Permisos cámara de turismo. * Permisos RUC y Políticas Fiscales. * Normativa ambiental. * Legislación laboral y seguridad industrial. 	<ul style="list-style-type: none"> * Inflación. * Riesgo país. * Tasa activa. * Tasa comercial para PYMES. * Población económicamente activa. * Ingreso per cápita.
SOCIO CULTURAL	TECNOLÓGICO
<ul style="list-style-type: none"> * Oferta laboral. * Defensa del consumidor. * Grupos sociales, actitudes. * Normas de vida. * Cambios en el estilo de vida. * Nivel de educación. 	<ul style="list-style-type: none"> * Nuevas Tecnologías. * Ciclo de vida tecnológico. * Nuevas invenciones y desarrollo. * Internet.

Elaborado: La autora.

1.8.1 POLÍTICO

Las políticas actuales favorecen a la inversión lo cual constituye una ventaja para la creación de una hostería debido a que el gobierno está fomentando este tipo de actividades, la visita de turistas nacionales como extranjeros contribuyen con el crecimiento de la economía del país y consecuentemente la generación de nuevas fuentes de empleo.

El Ministerio de Turismo es la entidad que promueve los diferentes destinos turísticos del Ecuador de manera nacional como internacional, ya que los recursos con los que cuenta nuestro país deben ser aprovechados conscientemente con el objetivo de crear nuevas fuentes de trabajo y como consecuencia mejorar la calidad de vida de la población.

Para la implementación del presente proyecto es necesario analizar los diferentes aspectos políticos que se detallan a continuación.

La obtención de permisos municipales y de funcionamiento respalda el cumplimiento con la normativa legal vigente y las obligaciones establecidas en el cantón para un correcto desarrollo de las actividades de la hostería.

El permiso de turismo certifica que las actividades y procesos que se desarrollarán en la hostería cumplirán con los requerimientos establecidos por el ministerio de turismo.

La obtención del Registro Único de Contribuyentes es uno de los requisitos establecidos por la administración tributaria mediante el cual se mantiene un registro de los sujetos pasivos a los cuales determina las obligaciones y contribuciones que debe cumplir con el estado.

El cumplimiento y aplicación de las normas ambientales permiten evaluar que los procesos y actividades que se ejecutan no causen impactos negativos en la conservación del medio así como también establece lineamientos que deben cumplirse para mantener los recursos naturales.

En lo referente a la legislación laboral es el cumplimiento del código de trabajo el mismo que norma la relación laboral, es decir establece los derechos y obligaciones que tiene tanto el empleador como el trabajador.

Otro aspecto de importancia es la aplicación de las normas de seguridad y salud laboral es un factor muy importante dentro de una organización ya que establece lineamientos en los que se debe desarrollar las actividades, así como también la capacitación al personal, suministro de uniformes, materiales y herramientas con el fin de precautelar la integridad del talento humano.

1.8.2 ECONÓMICO

La economía del país durante el año 2014 ha sufrido un incremento en relación a años anteriores, principalmente durante este año se ha impulsado las exportaciones logrando de esta manera el crecimiento de la economía ecuatoriana.

En lo referente a la inflación nuestro país se encuentra en la sexta posición con menor inflación entre 17 países de América Latina lo cual representa un aspecto positivo ya que la moneda no pierde su poder adquisitivo y el incremento de los precios no es acelerado, disminuyendo así la distribución desequilibrada de la renta, incremento de desempleo, crisis en la recaudación fiscal manteniendo la economía del país en un punto equilibrado lo cual favorece para el desarrollo de una nación.

El riesgo país en Ecuador durante los últimos años no ha tenido un crecimiento elevado esto constituye un aspecto favorable dentro del ámbito económico ya que la inversión extranjera tiene mayor seguridad de rentabilidad en las inversiones que se realicen en el país, además de disminuir los índices de desempleo al crear fuentes de trabajo y cambio en la matriz productiva.

La Corporación Financiera Nacional con el propósito de fomentar el turismo en el Ecuador ha implementado una línea de crédito para el desarrollo de la actividad turística, durante los últimos años el ingreso por turismo ha constituido uno de los principales rubros que conforman el presupuesto general del estado, razón por la cual se busca que durante los próximos años el ingreso por turismo incremente para lo cual el gobierno busca la calidad turística mediante la capacitación, certificación turística y mejora de los destinos turísticos.

La población económicamente activa del Ecuador desde el año 2010 al 2015 ha tenido una tasa de crecimiento del 3,2% para los hombres y para las mujeres una tasa del 5,5% lo cual representa una mayor fuerza de trabajo la misma que debe ser capacitada de manera que puedan tener un adecuado desenvolvimiento dentro de la sociedad.

Actualmente se busca mejorar el potencial turístico mediante la promoción de la campaña All you need is Ecuador (Todo lo que necesitas es Ecuador), que tiene como objetivo posicionar nuestro país como destino turístico, logrando de esta manera que el turismo sea la tercera fuente de ingresos de la economía ecuatoriana.

1.8.3 SOCIAL

En el aspecto social la implementación de un nuevo proyecto genera nuevas fuentes de empleo contribuyendo de esta manera con la sociedad al mejorar la calidad de vida de la población, dinamización de la economía y contribución al estado con el pago de impuestos los mismos que serán invertidos en la mejora de carreteras, salud y educación lo cual conlleva al desarrollo del país.

La defensa del consumidor tiene como objetivo principal fomentar las buenas relaciones comerciales entre proveedores y consumidores ofertando productos y servicios de excelente que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes.

Dentro del ámbito social la diversidad de culturas, creencias, costumbres, flora y fauna del Ecuador hacen que nuestro país tenga un folklore muy amplio lo cual a nivel internacional representa un gran atractivo ya que los extranjeros disfrutan mucho al conocer nuevas culturas y tradiciones.

La demanda extranjera hace que la industria turística tenga un desarrollo potencial, los turistas generalmente buscan nuevas experiencias de formas de vida, creencias, tradiciones y costumbres lo cual es un punto favorable para la inversión en este sector de la economía. El nivel de educación en el Ecuador durante los últimos años ha mejorado significativamente debido a la inversión realizada en la capacitación de profesores, construcción de escuelas, implementación de tecnología en los centros educativos son aspectos que representan adelanto en el desarrollo de una sociedad al tener una población más capacitada e instruida.

1.8.4 TECNOLÓGICO

En la actualidad la tecnología es una de las variables de gran importancia para el desarrollo de una sociedad, la implementación y uso de tecnología en una organización

mejora la gestión empresarial, debido a que los procesos se realizan de manera más eficiente y optimizando recursos.

En el presente proyecto la tecnología constituye una herramienta importante que permite una mejor comunicación, mediante el uso de estos medios se podrá dar a conocer los servicios que presta la hostería a turistas nacionales y extranjeros, así como también se podrá acceder a diferentes fuentes de información logrando así un mejor desarrollo de nuestras actividades buscando la mejora continua para cumplir con las exigencias de nuestros clientes.

El ámbito tecnológico en la actualidad constituye una de las principales herramientas para el desarrollo de las actividades en las organizaciones para lo cual es importante mantener equipos tecnológicos que faciliten los procesos, para esto se requiere el adiestramiento del personal de manera que el proceso se realice de manera más eficiente.

El internet hoy en día es una herramienta de comunicación que facilita los procesos, la comunicación en tiempo real, la búsqueda de información lo cual facilita la publicidad de las organizaciones de manera que pueda difundirse en diferentes lugares de manera más rápida y optimizando recursos.

1.9 IDENTIFICACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

Tabla 10
MATRIZ Aoor

ALIADOS	Oportunidades
- Ubicación geográfica y clima los turistas disfrutan de los diversos atractivos y lugares turísticos que posee nuestro país.	- En la actualidad el ingreso por actividades constituye el tercer rubro de ingresos del presupuesto del gobierno razón por la cual ha implementado estrategias de financiamiento para la inversión del sector turístico.
- El cantón Cotacachi cuenta con servicios básicos lo cual favorece con la implementación del proyecto al disponer de servicios necesarios.	- Nuestro país es visitado tanto por turistas nacionales e internacionales siendo este un factor positivo para el crecimiento la inversión y mejora del sector turístico de nuestro país.
- Los turistas disfrutan al conocer nuevas costumbres, tradiciones y formas de vida de la población.	- La publicidad y promoción realizada por el Ministerio de Turismo favorece ya que promociona los diferentes atractivos turísticos, costumbres y tradiciones de las diferentes culturas del país.
- Las inversiones en las vías de acceso al cantón favorecen el desplazamiento de los turistas hacia diversos lugares del país.	- Otra oportunidad para la inversión en el sector turístico en lo relacionado a impuestos establece que durante los cinco primeros años no se realizará el pago de impuesto a la renta.
- La variedad de atractivos turísticos del cantón favorece a la existencia de mayor demanda de turistas en el sector.	
Oponentes	Riesgos
- En los oponentes se encuentra la competencia los establecimientos que ofertan los mismos servicios, para lo cual, nuestra organización debe diferenciarse en la atención al cliente.	- El cambio en las políticas legales y económicas afectan el desarrollo de las actividades de la hostería.
- Los servicios sustitutivos constituyen parte de los oponentes en la implementación del proyecto para lo cual se debe buscar estrategias para captar un mayor mercado y fidelizar al cliente.	- Un riesgo que puede afectar el desarrollo de la hostería es la inflación ya que esta variable afecta la economía del país haciendo que el dinero pierda su poder adquisitivo.
- Otro de los factores que se consideran como oponentes en el sector de hosterías es el nivel de inversión ya que para la implementación de este tipo de actividades se requiere de una inversión considerable.	- La inestabilidad económica perjudica al desarrollo de un país debido a que no se mantiene los precios de los bienes y el poder adquisitivo disminuye cada vez más.

Elaborado: La autora.

1.10 CRUCE ESTRATÉGICO MATRIZ AOOR

ALIADOS – OPORTUNIDADES

- ✓ La ubicación geográfica, clima y atractivos turísticos de Cotacachi constituyen un sector estratégico de turismo tanto para mercados nacionales como internacionales lo cual representa una oportunidad de inversión ya que el Ministerio de Turismo es el encargado de fomentar el turismo responsable y realizar la promoción turística de las maravillas del Ecuador.
- ✓ El Ministerio de Turismo es una entidad que promueve el desarrollo del turismo sustentable y tiene como objetivo convertir este sector en una fuente de riqueza, para lo cual realiza promoción turística de los diversos atractivos mediante la campaña ALL YOU NEED IS ECUADOR (Todo lo que necesitas es Ecuador) que promociona la variedad de atractivos de nuestro país tanto a nivel nacional como internacional.
- ✓ La Corporación Financiera Nacional es una institución financiera que promueve el desarrollo del turismo por lo cual dentro de su línea de créditos ofrece el producto de Crédito para el desarrollo del turismo este proyecto impulsa al crecimiento económico, mediante la inversión con bajas tasas de interés.

ALIADOS – RIESGOS

- ✓ Los atractivos turísticos deben ser aprovechados de manera adecuada y cumpliendo con el turismo sustentable que se fundamenta en el bajo impacto ambiental es decir que no cause impactos negativos como la pérdida del medio ambiente y cultura debido a que es una fuente que contribuye con la generación de empleo para el sector.
- ✓ Las diferentes costumbres, tradiciones y paisajes de Cotacachi contribuyen al desarrollo del turismo, quienes visitan el cantón disfrutan de la variedad de flora y fauna así como también conocer las costumbres, tradiciones y formas de vida de las culturas.

OPORTUNIDADES – OPONENTES

- ✓ La ubicación geográfica, clima, los mercados nacionales e internacionales constituyen uno de los aspectos positivos ya que un clima templado permite que los turistas se adapten con mayor facilidad y visiten con mayor frecuencia nuestro país, en Cotacachi se puede disfrutar de un clima andino y clima subtropical.
- ✓ La inflación afecta a la economía debido a que se disminuye el poder adquisitivo de la moneda causando incremento de los precios, un bajo nivel de ahorro e inversión lo cual afecta en los sueldos del personal los mismos que deben ir acorde con el incremento de los precios.

OPONENTES – RIESGOS

- ✓ La inestabilidad económica es una variable que genera desequilibrio en el sector productivo y aumento de los índices de desempleo, la economía del país debe mantenerse en equilibrio lo cual impulsará a las inversiones y la dinamización de la economía.
- ✓ Los atractivos turísticos, costumbres y tradiciones de nuestra provincia ayudan en gran medida debido a que a los turistas visitan con mayor frecuencia lugares en donde puede disfrutar de paisajes naturales conocer nuevas costumbres formas de vida y tradiciones aspecto que debe ser aprovechado para la generación de nuevas fuentes de empleo y desarrollo del sector.

1.11 DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

El diagnóstico situacional realizado del cantón Cotacachi ha permitido determinar que el proyecto es factible debido a que el entorno en el que se va a implementar no existen varios competidores lo cual favorece al desarrollo del proyecto.

El turismo es un sector importante para la generación de nuevas plazas de empleo, generación de recursos económicos, atracción de inversión local y extranjera

lo cual es una ventaja que permitirá mejorar la economía del sector, los habitantes del cantón tienen una mayor oportunidad para mejorar sus potencialidades y ofertar bienes y servicios a los turistas.

El cantón Cotacachi posee variedad de paisajes turísticos, flora, fauna y cultura ofertando una gran oportunidad para explotarlos responsablemente aplicando estrategias que mitiguen los impactos en el medio ambiente, al existir una mayor cantidad de visita de turistas en el sector la economía incrementará debido a que el consumo de otros productos y servicios serán demandados en mayor cantidad.

El diagnóstico situacional ha permitido determinar que existen factores necesarios que determinan la oportunidad de inversión en el sector turístico de Cotacachi para realizar un: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA CIUDAD DE COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”**

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 EMPRESA

“Empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general” (Zapata, 2011, pág. 5).

“Toda aquella organización o grupo que realiza actividades comerciales e industriales y que provee bienes y servicios para mantener y mejorar la calidad de vida de las personas”. (Anzola, 2010, pág. 56)

Empresa es una entidad que tiene como objetivo producir bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores, y obtener rentabilidad.

2.2 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

“Existen algunos criterios para clasificar las empresas, para efectos contables se consideran más útiles los siguientes:

Tabla 11
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

CLASIFICACION	EMPRESAS	DETALLES
1.- Por su Naturaleza	Industriales	Se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.
1.- Por su Naturaleza	Comerciales	Se dedican a la Compra-Venta de Productos, convirtiéndosele intermediarias entre productores y consumidores
	De servicio	Se dedican a la venta de servicios a la colectividad
	Públicas	Son aquellas cuyo capital pertenece al sector público (Estado)
2.- Por el sector al que pertenecen	Privadas	Son aquellas cuyo capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas)
	Mixtas	Son aquellas cuyo capital pertenece tanto al sector público como al sector privado (personas jurídicas)
3.- Por la integración del capital	Unipersonales	Son aquellas cuyo capital pertenece a una persona natural
	Pluripersonales	Son aquellas cuyo capital pertenece a dos o más personas naturales

(Bravo M. , 2013, pág. 3)

Tabla 12
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Según su naturaleza	Según el sector o la procedencia del capital	Según la integración del capital o número de socios
<ul style="list-style-type: none"> - Industriales: Transforman materias primas en nuevos productos. - Comerciales: Compra y venta de productos, intermediarias entre productores y compradores. - Servicios: Generación y ventas de productos intangibles. - Agropecuarias: Explotan productos agrícolas y pecuarios. - Mineras: Explotan los recursos del subsuelo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Públicas: El capital pertenece al sector público. - Privadas: El capital pertenece al sector privado. - Mixtas: El capital es público y privado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Unipersonales: El capital es el aporte de una sola persona. - Sociedades: Aporte de capital por personas jurídicas o naturales. Sociedad de personas. Sociedad de capital.

(Zapata, 2011, pág. 5)

En concordancia a lo mencionado por los autores llego a la conclusión de que las empresas tienen tres clasificaciones principales y cada una de ellas cuenta con una sub clasificación como se detalla a continuación:

1. SEGÚN LA NATURALEZA

- **Industriales:** Aquellas que se dedican a la transformación de materia prima para convertirlas en un nuevo producto.
- **Comerciales:** Estas empresas se dedican a la compra venta de productos.
- **Servicios:** Se dedican a la venta de productos intangibles.

2. LA PROCEDENCIA DEL CAPITAL

- **Públicas:** El capital pertenece al sector público es decir al estado.
- **Privadas:** La aportación es del sector privado.
- **Mixtas:** El capital se encuentra conformado por aportaciones del sector público y privado.

3. NÚMERO DE SOCIOS

- **Unipersonales:** Son constituidas por una persona.
- **Sociedades:** Son conformadas por las aportaciones de dos o más personas. (La autora)

2.3 CONTABILIDAD

“La contabilidad permite identificar, medir, clasificar, registrar, interpretar, analizar, evaluar e informar la historia de las operaciones de un ente económico, en forma clara, completa y fidedigna”. (Fierro, 2011)

“Contabilidad es un sistema de información que mide las actividades de las empresas, procesa esta información en estados y comunica los resultados a los tomadores de decisiones”. (Zapata, 2011, pág. 7)

Contabilidad es un sistema que permite procesar información de las transacciones realizadas por una organización para posteriormente obtener estados financieros para tomar decisiones.

2.4 IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD

“La importancia de la Contabilidad no estriba en proporcionar a la empresa la respuesta para tomar una decisión, sino que aporta las herramientas necesarias para determinar su curso, su posición económica y los datos suficientes para tomar dicha decisión”. (Anzola, 2010, pág. 258)

“La contabilidad es de gran importancia porque sirve para medir o determinar el resultado económico de una Empresa”. (Fernández, 2011, pág. 9)

La contabilidad es de gran importancia en una empresa ya que mediante ella se puede determinar la situación económica y financiera de la misma, con la finalidad de tomar decisiones en base a las metas y objetivos planteados por la empresa.

2.5 OBJETIVO DE LA CONTABILIDAD

“El objetivo de la Contabilidad es facilitar la toma de decisiones a sus diferentes usuarios, así como mantener en forma ordenada el registro de cada operación realizada durante un cierto periodo (día, semana, mes)”. (Anzola, 2010, pág. 258)

El objetivo de la contabilidad es el conocimiento de la auténtica situación económica de la empresa. Remitiéndonos a nuestro Plan General Contable, establece que las Cuentas Anuales deben formular la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la empresa. Esos deben ser los objetivos de la contabilidad. (Fernández, 2011, pág. 9)

La contabilidad tiene como objetivo la presentación de la información de manera oportuna y verdadera de las transacciones realizadas de manera que mediante el análisis de los estados financieros se pueda tomar decisiones.

2.6 ACTIVO

“Representan los bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por la empresa, resultantes de sucesos pasados, de los que se espera que la empresa obtenga beneficios o rendimientos económicos en el futuro”. (expansión.com, 2014)

Son los bienes y derechos con los que cuenta una empresa, tales como el efectivo, los edificios, la maquinaria, el terreno, las cuentas por cobrar y todo aquello que presente un respaldo económico para la organización ante terceros (proveedores, clientes, bancos, etc.). (Anzola, 2010, pág. 260)

Activos son los bienes, recursos y derechos que posee una empresa de los cuales se espera obtener un beneficio económico futuro.

2.7 PASIVO

“Representa las obligaciones contraídas por la empresa, para su cancelación en el futuro. Son las deudas que debe pagar por cualquier concepto”. (Velasgui, 2011)

“El pasivo consiste en las deudas que la empresa posee, recogidas en el balance de situación, comprende las obligaciones actuales de la compañía que tienen origen en transacciones financieras pasadas”. (e-economic, 2014)

Pasivos son las obligaciones que ha contraído una empresa con terceras personas y para su cancelación la entidad debe desprenderse de recursos económicos.

2.8 PATRIMONIO

“El patrimonio se puede definir como el conjunto de bienes, derechos, obligaciones y deudas, propiedad de la empresa que constituyen los medios

económicos y financieros a través de los cuales ésta puede cumplir sus fines”. (expansión.com, 2014)

Es el resultante de la diferencia entre el activo y el pasivo. Representa los aportes del dueño o dueños para constituir la empresa, y además incluye las utilidades y reservas. Este grupo constituyen un pasivo a favor de los dueños de la empresa, por lo cual se maneja de igual forma que las cuentas de pasivo. (Velasgui, 2011)

Patrimonio es la parte residual de los activos menos los pasivos de una entidad, representando la aportación de los socios para financiar el negocio.

2.9 INGRESOS

Incrementos en los beneficios económicos producidos a lo largo del ejercicio en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como disminuciones de los pasivos, que dan como resultado aumentos del patrimonio neto y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios de la empresa. (Plan Contable, 2007-2013)

Un ingreso es una recuperación voluntaria y deseada de activo, es decir, un incremento de los recursos económicos. Se derivan de las transacciones realizadas por la empresa con el mundo exterior que dan lugar a alteraciones positivas en el patrimonio neto de la misma. (expansión.com, 2014)

Ingresos son los recursos económicos generados durante un periodo económico por la venta de bienes o servicios que produce una entidad.

2.10 GASTOS

Un gasto es un consumo voluntario de activo a cambio de una contraprestación, en el caso de que dicho consumo fuera involuntario y sin contraprestación se incurriría en una pérdida. Se derivan de las transacciones realizadas por la empresa con el mundo exterior que dan lugar a alteraciones negativas en el patrimonio neto de la misma. (expansión.com, 2014)

Los gastos son erogaciones que tienen los individuos, las empresas o las organizaciones gubernamentales. Los mismos contribuyen por lo tanto al denominado flujo de efectivo, es decir la diferencia con los ingresos. Los gastos pueden revestir carácter extraordinario cuando se utilizan para una finalidad infrecuente, o pueden tener carácter ordinario, si son necesarios para el desarrollo normal de la organización. (Definición, s/f)

Los gastos constituyen aquellos desembolsos de dinero que se realizan con el objetivo de poder ejecutar con normalidad las actividades de la organización.

2.11 PLAN DE CUENTAS

El plan de cuentas es un listado que presenta las cuentas necesarias para registrar los hechos contables. Se trata de una ordenación sistemática de todas las cuentas que forman parte de un sistema contable.

Para facilitar el reconocimiento de cada una de las cuentas, el plan de cuentas suele ser codificado. Este proceso implica la asignación de un símbolo, que puede ser un número, una letra o una combinación de ambos, a cada cuenta. (Definición.de, 2014)

El plan de cuentas es un instrumento de consulta que permite presentar a la gerencia estados financieros y estadísticos de importancia trascendente para la toma de decisiones, y posibilitar un adecuado control. Se diseña en función de las necesidades de información y el control que desea la gerencia de la empresa y se elabora atendiendo los conceptos de contabilidad generalmente aceptados y las normas de contabilidad. (Zapata, 2011, pág. 27)

El plan de cuentas es un listado numerado que contiene las cuentas necesarias para realizar el registro de las transacciones realizadas por una empresa, el mismo que se encuentra adecuadamente clasificado permitiendo determinar claramente los elementos de las cuentas de activo, pasivo, patrimonio, ingresos y gastos.

2.12 ESTADOS FINANCIEROS

“Son ejercicios expresados en forma específica en los cuales se comprueba cada transacción ocurrida durante un periodo. Muestran (en unidades monetarias) cómo se encuentra la empresa al final de cierto periodo (quincena, mes, semestre o año)”. (Anzola, 2010, pág. 262)

Los estados financieros son los documentos que debe preparar la empresa al terminar el ejercicio contable, con el fin de conocer la situación financiera y los resultados económicos obtenidos en las actividades de su empresa a lo largo de un período. (Gómez, 2011)

Los estados financieros son informes contables que se elaboran en las organizaciones a una fecha determinada y que deben ser presentados a los accionistas, administradores y entes reguladores de las organizaciones con el propósito de determinar la situación económica y financiera para la toma de decisiones adecuadas y oportunas.

2.13 BALANCE GENERAL

Presenta la situación financiera de una entidad según se refleja en los registros contables. Contiene una lista de los recursos con los que cuenta (activos), las obligaciones que ha de cumplir (pasivos) y la situación que guardan los derechos de las acciones (capital). (Ochoa, 2009, pág. 100)

El Estado de situación Financiera, también conocido como Balance General, presenta, en un mismo reporte, la información necesaria para tomar decisiones en las áreas de inversión y financiamiento, que muestra los montos del activo, pasivo y capital en una fecha específica, en otras palabras muestra los recursos que posee el negocio, los adeudados y el capital aportado por los dueños. (Guajardo & Andrade, 2014, pág. 48)

El balance general es un informe financiero el mismo que permite conocer la situación de una entidad en un momento determinado; se compone de tres elementos que son activo, pasivo y patrimonio.

2.14 ESTADO DE RESULTADOS

“Muestra los ingresos, costos y gastos, así como la utilidad o pérdida neta como el resultado de las operaciones de una entidad durante un período determinado”. (Ochoa, 2009, pág. 100)

El primero de los estados financieros básicos es el estado de Resultados, que pretende determinar el monto por el cual los ingresos contables difieren de los gastos contables. Al remanente se le llama resultado, que puede ser positivo o negativo, si es positivo se conoce como utilidad y si es negativo se denomina pérdida. (Guajardo & Andrade, 2014, pág. 46)

Es un estado financiero que detalla los ingresos obtenidos, los costos y gastos incurridos para generar los ingresos, permitiendo determinar la pérdida o utilidad de un periodo contable y así poder tomar decisiones oportunas que permitan cumplir con los objetivos planteados.

2.15 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

“Es un Estado útil para analizar si se cuenta con la disponibilidad de ingresos suficientes para efectuar los pagos que se tienen comprometidos en un periodo dado”. (Izar, 2013, pág. 18)

Es un informe que desglosa los cambios en la situación financiera de un periodo a otro que incluye, de alguna forma, las entradas y salidas de efectivo para determinar el cambio en esta partida, el cual es un factor decisivo al evaluar la liquidez de un negocio. (Guajardo & Andrade, 2014, pág. 49)

Es un estado en donde se refleja la información acerca del desglose de los cambios de la situación financiera de un lapso de tiempo a otro, enfocándose en las entradas y salidas de efectivo para evaluar de manera más eficiente la liquidez de la empresa.

2.16 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Este método descuenta todos los flujos de efectivo al valor presente, utilizando como tasa de descuento la tasa mínima de rendimiento mínima aceptable que se determina a partir del rendimiento requerido por los accionistas y los acreedores de recursos con costos. (Ochoa, Administración Financiera, 2009, pág. 353)

Es el método más conocido y generalmente aceptado por los evaluadores de proyecto. Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Por ello calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento 0. (Nassir, 2011, pág. 300)

El VAN es un procedimiento que permite determinar el valor presente de los flujos de caja futuros que se generarán por una inversión; es decir que se actualizan estos valores mediante una tasa de descuento, la misma que al dar como resultado un valor mayor al de la inversión determina que el proyecto es factible.

2.17 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

“Mide la rentabilidad como porcentaje. La máxima tasa exigible será aquella que logre que el VAN sea igual a 0”. (Nassir, 2011, pág. 302)

“Es aquella tasa de descuento que hace que el valor presente de las entradas sea igual al valor presente de las salidas. También se puede decir que la TIR hace que el VAN sea cero”. (Ochoa, 2009, pág. 304)

La tasa interna de retorno es un método que permite valorar la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados de una inversión en un número específico de años, permitiendo evaluar varias propuestas de inversión.

2.18 PERIODO DE RECUPERACIÓN

“El periodo de recuperación de la inversión es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo del capital involucrado”. (Nassir, 2011, pág. 307)

“El periodo de recuperación de la inversión de un proyecto indica cuanto tiempo es necesario para recuperar, por medio de los flujos de efectivo o entradas, los recursos invertidos al inicio del proyecto es decir la Inversión Inicial”. (Ochoa, 2009, pág. 353)

El periodo de recuperación de la inversión es un método de valoración de las inversiones que permite determinar el tiempo en el que recuperará la inversión inicial mediante la suma acumulada de los flujos de caja hasta llegar a la inversión realizada inicialmente.

2.19 RELACIÓN COSTO/BENEFICIO (C/B)

“La relación costo beneficio compara el valor actual neto de los beneficios proyectados con el valor actual neto de los costos incluida la inversión”. (Nassir, 2011, pág. 307)

“Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocio, comparándolo con los costos en que su ejecución se espera incurrir, para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa”. (Flóres, 2010, pág. 130)

La relación costo beneficio es una herramienta financiera que permite evaluar la relación entre los costos y beneficios de una inversión con el objetivo de determinar la rentabilidad, la inversión es rentable cuando la relación costo beneficio es mayor a uno.

2.20 PUNTO DE EQUILIBRIO (PE)

“Es el punto en el cual el volumen de ventas es igual a los costos totales, por lo tanto la empresa no genera ni utilidad ni pérdida.” (Bravo & Ubidia, 2009, pág. 291)

“El punto de equilibrio también llamado punto crítico, es el nivel de producción dentro del cual los ingresos que resultan de las ventas son exactamente necesarios para cubrir los costos de producción, administración y ventas”. (Lexus, 2013, pág. 459)

El punto de equilibrio es el punto en donde el nivel de ingresos es igual a los costos, en este punto no existe utilidad o pérdida; este instrumento permitirá determinar el nivel de producción adecuado para poder obtener rentabilidad así como también establecer el nivel mínimo de producción evitando pérdidas.

2.21 ADMINISTRACIÓN

“Conjunto de labores que se emprenden para alcanzar las metas u objetivos de la empresa con la ayuda de las personas y recursos”. (Anzola, 2010, pág. 52)

“Alcanzar las metas organizacionales de forma eficaz y eficiente a partir de la planeación, organización, dirección y control de los recursos organizacionales”. (Daft & Dorothy, 2010, pág. 8)

La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos que dispone una organización para llegar hacia las metas y objetivos planteados de manera eficiente.

2.22 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA ADMINISTRACIÓN

2.22.1 PLANEACIÓN

“Implica que el pequeño empresario debe establecer los objetivos con orden y sentido común. Se basa primordialmente en un plan o método y no en una corazonada pues debe estructurar hoy lo que se hará mañana”. (Anzola, 2010, pág. 52)

“Función administrativa que se interesa por la definición de metas para el futuro desempeño organizacional y por decidir acerca de las tareas y los recursos necesarios para alcanzarlas”. (Daft & Dorothy, 2010, pág. 8)

Planificar es proceso sistemático de elaborar planes para llegar a cumplir con los objetivos establecidos.

2.22.2 ORGANIZACIÓN

“Comprende la coordinación de los recursos materiales y humanos en busca de un objetivo común, lo cual conlleva la asignación de las funciones a cada persona y las relaciones entre cada una de ellas”. (Anzola, 2010, pág. 52)

“Función administrativa concerniente a la asignación de tareas, la agrupación de tareas en los departamentos y la asignación de los recursos a los departamentos”. (Daft & Dorothy, 2010, pág. 8)

La organización consiste en coordinar los recursos humanos y materiales con la finalidad de cumplir un fin.

2.22.3 DIRECCIÓN

“Describe como el pequeño empresario debe orientar a sus empleados e influir sobre ellos, de forma que estos contribuyan al logro de las metas establecidas”. (Anzola, 2010, pág. 52)

“Función administrativa que implica utilizar las influencias para motivar a los empleados con el fin que alcancen las metas organizacionales”. (Daft & Dorothy, 2010, pág. 8)

La dirección en el proceso administrativo consiste en establecer lineamientos que permitan cumplir los objetivos.

2.22.4 CONTROL

“Controlar significa supervisar el trabajo de otros y los resultados obtenidos, para asegurar que se alcancen las metas tal como fueron planeadas”. (Anzola, 2010, pág. 53)

“Función administrativa concerniente a la supervisión de las actividades de los empleados, busca que la organización siga el camino correcto hacia sus metas y se encarga de hacer correcciones según sea necesario”. (Daft & Dorothy, 2010, pág. 8)

El control se relaciona directamente con la supervisión de los resultados obtenidos, determinando así si la meta se está cumpliendo de acuerdo a lo planificado.

2.23 ORGANIGRAMA

“Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una organización que permite darse cuenta de las relaciones formales, las distintas funciones y los puestos de trabajo, además de su posición en la estructura”. (Ortega, 2010, pág. 39)

Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una organización o bien de alguna de sus áreas, la cual muestra que unidades administrativas la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría. (Franklin, 2009, pág. 250)

Un organigrama representa la estructura de la organización, en la cual se puede observar las unidades que conforman la entidad, las relaciones entre los diferentes departamentos, los niveles de autoridad y jerarquía.

2.24 MANUALES ADMINISTRATIVOS

Los manuales administrativos son documentos guía eminentemente dinámicos, de fácil lectura y manejo que transmiten de forma completa, sencilla, ordenada y sistemática la información de una organización. En ellos se indican las actividades y la forma en que estas deberán ser realizadas por los miembros de la organización.

Un manual administrativo es una herramienta de comunicación muy útil entre la empresa y el personal, manteniéndolo al tanto de lo que se desea alcanzar y de qué manera; permitiendo el manejo y control de la información. Deben estar sujetos a revisiones periódicas, para adaptarse y ajustarse a las necesidades cambiantes de toda empresa moderna, no deben ser inflexibles e inhibir la capacidad creativa de los

integrantes de la organización, sino que deben reformarse constantemente conforme surjan nuevas ideas que ayuden a mejorar la eficiencia de la empresa. (AdminGuide, s/f)

Los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación para registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática tanto la información de una organización (antecedentes, legislación, estructura, objetivos, políticas, sistemas, procedimientos, elementos de calidad, etc.), como las instrucciones y lineamientos necesarios para que desempeñe mejor sus tareas. (Franklin, 2009, pág. 244)

Un manual es un documento que proporciona información importante para lograr un adecuado desarrollo de los procedimientos que se deben ejecutar dentro de una empresa cumpliendo con lineamientos y políticas internas, el mismo que debe mantenerse actualizado de manera que se mantenga actualizado a las necesidades de la empresa.

2.25 MERCADO

“Un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o deseo determinado que se pueden satisfacer mediante relaciones de intercambio”. (Kloter & Armstrong, 2008, pág. 8)

Un mercado es donde confluye la oferta y la demanda, interactúan proveedores e intermediarios con necesidades y capacidad de compra. Para que un mercado sea una realidad, deben existir personas naturales o jurídicas con necesidades y deseos, pero al mismo tiempo deben existir productos y/o servicios que satisfagan totalmente esas necesidades. (Herrera, 2013, pág. 73)

Un mercado es un lugar en el cual se realizan diferentes transacciones de bienes y servicios entre oferentes y demandantes, con el objeto de satisfacer las necesidades de los consumidores, estas transacciones se realizarán mediante el establecimiento de precios entre productores y consumidores.

2.26 OFERTA

“La oferta es la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio cuando todos los demás factores que influyen en los planes de venta permanecen constantes”. (Parking, Powell, & Matthews, 2013, pág. 62)

La oferta es el volumen del bien que los productores colocan en el mercado para ser vendido. Depende directamente de la relación precio/costo, esto es, que el precio es el límite en el cual se puede ubicar el costo de producción, ya que cuando el precio es mayor o igual al costo, la oferta puede mantenerse en el mercado. Cuando el precio es menor, la permanencia de la oferta es dudosa, ya que económicamente no puede justificarse. (Ortega, Proyectos de Inversión, 2010, pág. 99)

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a comercializar a los diferentes precios del mercado, con el propósito de satisfacer las necesidades de los consumidores.

2.27 DEMANDA

“La demanda es la relación entre la cantidad demandada de un bien y su precio cuando todos los demás factores que influyen en los planes de compra permanecen constantes”. (Parking, Powell, & Matthews, 2013, pág. 57)

“La demanda es la cantidad de mercancías y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores”. (Ortega, Proyectos de Inversión, 2010, pág. 98)

La demanda constituye los bienes y/o servicios que los consumidores desean adquirir para satisfacer sus necesidades, y tienen capacidad de pago para realizar la transacción a los precios determinados por el mercado.

2.28 PRODUCTO

“El producto o servicio es la materialización de una idea o la transformación de una materia prima por un empresario o profesional para satisfacer las necesidades de los mercados o demandantes”. (Vargas, 2013, pág. 9)

“Es el conjunto de atributos fundamentales unidos en forma identificable. También es el conjunto de atribuciones tangibles e intangibles que satisfacen una necesidad deseo y expectativas”. (Fischer & Espejo, 2011, pág. 104)

Un producto es la transformación que sufre la materia prima al pasar por los diferentes procesos productivos con la finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

2.29 PRECIO

“El precio es una oferta para probar el pulso del mercado si los clientes aceptan la oferta, si el precio asignado es correcto si la rechazan debe cambiarse con rapidez o retirar el producto del mercado”. (Fischer & Espejo, 2011, pág. 140)

El precio es lo que paga un cliente por el producto o servicio que adquiere para satisfacer sus necesidades a un empresario o profesional. Es uno de los instrumentos de Marketing que utiliza las empresas dentro de sus planes de marketing para conseguir sus objetivos empresariales. Las empresas emplean estrategias de precios para incrementar la cuenta de resultados. (Vargas, 2013, pág. 32)

El precio es la cantidad de dinero que está dispuesto a pagar el consumidor por la compra de un bien o servicio que satisfaga sus necesidades.

2.30 PLAZA

La distribución incluye organizaciones que participan en el traslado de los productos desde el fabricante hasta el consumidor final, mientras que la distribución física comprende el conjunto de actividades que hacen llegar la cantidad adecuada de

productos al lugar correcto en el tiempo preciso. Es una variable de difícil modificación a corto plazo. (Vargas, 2013, pág. 14)

La plaza corresponde a la secuencia de instituciones comerciales que permiten el flujo de productos desde el productor al consumidor. Por lo general la Distribución adopta dos formas, una “directa”, en llegar los productos al consumidor. Donde el productor utiliza canales de distribución propios, lo que lo hace llegar en forma directa al consumidor y otra indirecta en la cual el productor utiliza canales externos a la empresa para hacer llegar sus productos a sus consumidores. (Borquez Zuñiga, 2011, pág. 15)

La plaza son los lugares físicos donde se va a promocionar, distribuir y vender los productos o servicios a los clientes para lo cual se debe tomar en cuenta que estos lugares deben ser accesibles a los usuarios del mercado objetivo.

2.31 PROMOCIÓN

“La promoción es dar a conocer el producto al consumidor. Se debe persuadir a los clientes de que adquieran los productos que satisfagan sus necesidades”. (Fischer & Espejo, 2011, pág. 17)

La promoción del producto incluye la publicidad, la venta personal, la promoción de ventas, las relaciones públicas y el merchandising. Según las características particulares de cada producto o servicio y la cantidad de dinero disponible por la empresa para las actividades de promoción. Con la promoción, toda empresa pretende informar al cliente sobre el producto, por otro lado, también se pretende estimular al cliente a consumir el producto, y por último el fin primordial, es que el cliente pruebe el producto y quede satisfecho para continuar consumiéndolo. (Vargas, 2013, pág. 14)

La promoción es una herramienta de comunicación comercial que permite informar, persuadir al público objetivo acerca de los productos o servicios y de esta manera obtener más rentabilidad.

2.32 TURISMO

“Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos”. (Publicaciones, 2012, pág. 1)

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (De la Torre, 2012, pág. 15)

El turismo es la actividad de viajar a un lugar diferente al que uno habita por un tiempo determinado y tiene como objetivo recreación, descanso, interés social, negocios y ocio.

2.33 ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades.

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadores de eventos congresos y convenciones; y.
- f) Casinos, salas de juego (bingomecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables. (Publicaciones, 2012, pág. 2)

2.34 REGISTRO ÚNICO DE TURISMO

El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos; sea persona natural o jurídica, previo al inicio de las actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda. (Publicaciones, 2012, pág. 2)

2.35 REGISTRO DE ALOJAMIENTO, ALIMENTOS Y BEBIDAS

Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- ✓ Alojamiento;
- ✓ Servicio de alimentos y bebidas;
- ✓ Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- ✓ Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- ✓ La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- ✓ Hipódromos y parques de atracciones estables. (Ministerio de Turismo, s/f)

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 INTRODUCCIÓN

El estudio de mercado constituye un análisis importante en el desarrollo de los proyectos ya que mediante este estudio se identificará la oferta y demanda del servicio, determinando si el proyecto será exitoso.

El presente estudio de mercado permitirá recopilar y analizar datos referentes a clientes, competencia y mercado de consumo de los servicios ofertados por las hosterías del cantón Cotacachi.

En este capítulo se determinará si los servicios que se ofertarán en la hostería serán o no de aceptación, identificando de esta manera el nivel de aceptación del servicio y la factibilidad en la implementación del proyecto.

3.2 OBJETIVO GENERAL

Conocer el comportamiento de la oferta y demanda de los servicios turísticos, para identificar la oportunidad de inversión en la creación de una hostería en el cantón de Cotacachi, provincia de Imbabura.

3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Analizar la demanda de los servicios de las hosterías en el cantón Cotacachi provincia de Imbabura.
- ✓ Analizar la oferta de servicios de hosterías del cantón Cotacachi.
- ✓ Determinar si los servicios de alimentación, hospedaje, y esparcimiento a ofertarse en la hostería tendrán aceptación por parte de los turistas.

- ✓ Determinar los precios actuales de los servicios ofertados por la competencia.

3.4 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

El presente estudio se ha realizado mediante la investigación de campo a través de la recopilación de datos importantes para el desarrollo del proyecto y así poder obtener información confiable la misma que permitirá determinar la factibilidad en la implementación del proyecto además de la rentabilidad que se generará al ejecutar el mismo.

Los objetivos planteados en este capítulo han sido alcanzados mediante la aplicación de instrumentos investigativos que permitan obtener información que al ser procesada y analizada permita determinar la viabilidad o el rechazo del proyecto.

Los instrumentos investigativos aplicados en el desarrollo del presente proyecto son:

- ✓ Encuesta dirigida a los turistas nacionales y extranjeros, para evaluar el nivel de aceptación en lo que se refiere a los servicios de hosterías.
- ✓ Entrevistas realizadas a los propietarios de las hosterías del cantón con la finalidad de determinar la situación actual del servicio que ofertan.

3.5 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Los instrumentos de investigación aplicados para obtener información de la situación actual del cantón Cotacachi así como la oferta y demanda de los servicios que prestan las hosterías son los siguientes:

3.5.1 INFORMACIÓN PRIMARIA

3.5.1.1 ENCUESTA

Las encuestas se aplicaron a los turistas nacionales y extranjeros del cantón Cotacachi que se encuentran entre los 20 y 59 años.

3.5.1.2 ENTREVISTA

La entrevista fue realizada a los administradores y propietarios de las hosterías del cantón Cotacachi.

3.5.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA

Para realizar el estudio de factibilidad se ha utilizado las siguientes fuentes de información:

- ✓ Internet.
- ✓ Revistas.
- ✓ Bibliografía especializada.

3.6 VARIABLES

Para cumplir con los objetivos planteados del estudio de mercado se han determinado las siguientes variables.

- ✓ Demanda.
- ✓ Oferta.
- ✓ Precio.
- ✓ Servicio.

3.7 INDICADORES

DEMANDA

- ✓ Clientes.
- ✓ Aceptación del servicio.
- ✓ Demanda de los servicios.
- ✓ Proyección de la demanda.

OFERTA

- ✓ Número de competidores.
- ✓ Oferta de servicios.
- ✓ Proyección de la oferta.

MARKETING

- ✓ Publicidad.

PRECIO

- ✓ Precios actuales de compra de los servicios.
- ✓ Precio de venta del servicio.
- ✓ Promedio de gastos.

SERVICIO

- ✓ Costo del servicio.
- ✓ Calidad.
- ✓ Productos sustitutos.

3.8 MATRIZ DE RELACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO

Tabla 13
MATRIZ DE RELACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO

Objetivo	Variable	Indicador	Fuente de Información	Técnica	Objeto de Estudio
Analizar la demanda del servicio de hosterías en el cantón Cotacachi.	Demanda	* Número de Clientes. * Nivel de aceptación del servicio. * Cantidad de servicio demandado. * Proyección de la demanda.	Primaria Primaria Primaria Primaria	* Encuesta. * Encuesta. * Entrevista. * Investigación.	* Clientes. * Clientes. * Competencia. * INEC. * Ministerio de Turismo.
Determinar la oferta actual del servicio de hosterías en el cantón Cotacachi.	Oferta	* Número de competidores. * Cantidad de servicio a ofertar. * Proyección de la oferta.	Primaria Primaria Primaria	* Investigación. * Entrevista. * Investigación.	* Ministerio de Turismo. * Competencia. * Ministerio de Turismo.
Determinar las estrategias publicitarias que aplica la competencia.	Estrategias Comerciales	* Medios por los que promocionan las hosterías.	Primaria	* Entrevista.	* Competencia.
Identificar los precios actuales de los servicios ofertados por las hosterías.	Precio	* Precios de compra del servicio. * Precio de la competencia. * Promedio de gasto diario de los turistas y población.	Primaria Primaria Primaria	* Encuesta. * Entrevista. * Encuesta	* Clientes. * Competencia. * Clientes.
Determinar el tipo de servicios a ofertarse.	Servicio	* Costo del servicio. * Productos sustitutos. * Calidad.	Primaria Primaria Primaria	* Encuesta. * Encuesta. * Encuesta.	* Clientes * Competencia. * Clientes.

Elaborado: La autora.

3.9 DESARROLLO DE LA MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO

3.9.1 CONSUMIDORES

Los servicios que se ofertarán en la hostería van dirigidos a la población económicamente activa del cantón Cotacachi, a los turistas nacionales y extranjeros.

Tabla 14
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Parroquia	Hombres	Mujeres	Total
6 de Julio	477	115	592
Apuela	470	129	599
Cotacachi	4.084	2.810	6.894
García Moreno	1.506	273	1.779
Imantag	1.168	505	1.673
Peñaherrera	470	162	632
Plaza Gutiérrez	145	61	206
Quiroga	1.614	746	2.360
Vacas Galindo	200	32	232
Total	10.134	4.833	14.967

Fuente: INEC.

De la población económicamente de Cotacachi se ha segmentado la población que percibe un promedio de ingresos de \$ 1.062,00 según los datos del último censo de población y vivienda del año 2010 establece que el 10,10% de la población percibe ingresos superiores a los 3 salarios mínimos unificados, por lo tanto la muestra del cantón Cotacachi es la siguiente:

Tabla 15
Muestra de la Población Económicamente Activa

Población	Habitantes	%	Total
PEA COTACACHI	14.967	10,10%	1.512

Fuente: INEC.

Elaborado: La autora.

La muestra de los turistas nacionales se realiza en base a la información proporcionada por el Ministerio de Turismo de las visitas anuales al cantón Cotacachi, las estadísticas demuestran que 276.244 personas visitan anualmente la provincia de Imbabura los cuales se distribuyen de la siguiente manera en los diferentes cantones:

Tabla 16
INGRESO DE TURISTAS NACIONALES A IMBABURA

Cantón	%	Total
Otavalo	15,00%	41.437
Ibarra	72,00%	198.896
Cotacachi	2,80%	7.735
Antonio ante	5,20%	14.365
Urcuquí	5,00%	13.812
Total	100,00%	276.244

Fuente: Ministerio de Turismo.

Elaborado: La autora.

La tabla anterior determina que el ingreso anual de turistas al cantón Cotacachi es de 7.735 personas.

La muestra de los turistas extranjeros se determina de acuerdo al ingreso anual de turistas al Ecuador a continuación se presenta una tabla en la cual se registra los ingresos de los últimos 5 años:

Tabla 17
INGRESO DE EXTRANJEROS ÚLTIMOS 5 AÑOS

Mes	2010	2011	2012	2013	2014
Enero	96.109	105.548	127.116	130.843	152.576
Febrero	89.924	86.421	99.521	103.761	124.584
Marzo	82.452	87.495	96.948	113.359	114.007
Abril	70.540	87.507	92.627	87.486	118.614
Mayo	77.618	82.870	92.644	98.414	111.177
Junio	91.602	99.949	118.292	121.742	129.062
Julio	110.545	117.966	130.779	138.138	154.229
Agosto	95.219	98.962	106.375	112.569	131.694
Septiembre	71.776	80.090	85.990	97.374	112.767
Octubre	83.701	88.357	99.145	111.517	124.456
Noviembre	81.253	92.573	99.674	112.056	127.562
Diciembre	96.359	113.299	122.790	136.798	156.278
Total	1.047.098	1.141.037	1.271.901	1.364.057	1.557.006

Fuente: Ministerio de Turismo.

Durante el año 2014 ingresaron 1'557.006 turistas de los cuales el 18% visitan la provincia de Imbabura, los mismos que se distribuyen en los diferentes cantones de la provincia de la siguiente manera:

Tabla 18
INGRESO DE TURISTAS EXTRANJEROS A IMBABURA

Cantón	%	Total
Otavalo	43,28%	123.870
Ibarra	43,50%	124.493
Cotacachi	7,88%	22.564
Antonio ante	2,94%	8.403
Urcuquí	2,07%	5.913
Pimampiro	0,33%	934
Total	100,00%	286.178

Fuente: Ministerio de Turismo.

Elaborado: La autora.

El cuadro anterior permite determinar que existe un total de 22.564 turistas que visitan anualmente el cantón Cotacachi.

En el siguiente cuadro se detalla la población económicamente activa, turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Cotacachi de los cuales se determinará la muestra a estudiarse:

Tabla 19
INGRESO ANUAL DE TURISTAS AL CANTÓN

Detalle	Población
Turistas Extranjeros	22.564
Turistas Nacionales	7.735
PEA Cotacachi	1.512
Total	31.811

Fuente: INEC - Ministerio de Turismo.

Elaborado: La autora.

3.10 ESTRUCTURA DEL MERCADO

3.10.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El objetivo de la segmentación del mercado es identificar a los clientes que tienen una misma tendencia en consumo de los servicios a ofertarse así como las necesidades que buscan satisfacer de manera que se pueda lograr una ventaja competitiva.

Para segmentar el mercado se ha establecido las siguientes variables.

- ✓ Gustos y preferencias de los consumidores.
- ✓ Poder adquisitivo.

3.10.2 MARCO MUESTRAL

El mercado objetivo al cual se dirige el servicio es para la población económicamente activa del cantón Cotacachi, turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad.

Los datos estadísticos de la población económicamente activa del cantón Cotacachi se han obtenido del último Censo de Población y Vivienda del año 2010, las cifras de turistas que visitan el cantón se han obtenido del Ministerio de Turismo de la publicación Imbabura Turismo Interno y Receptor 2012.

- ✓ Población económicamente activa 1.512
- ✓ Ingreso anual de turistas al cantón Cotacachi: nacionales 7.735 y turistas extranjeros 22.564.

Para determinar la muestra se ha aplicado la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * S^2 * Z^2}{(N - 1)e^2 + S^2 * Z^2}$$

La población de este proyecto es finita por lo que se utilizó un margen de error del 5%.

Donde:

n = tamaño de la muestra	?
N = tamaño de la población	31.811
S ² = varianza	0,50
Z = constante nivel de confianza	1,96
e = nivel de error	5%

$$n = \frac{N * S^2 * Z^2}{(N - 1)e^2 + S^2 * Z^2}$$

$$n = \frac{31.811 * (0,50)^2 * (1,96)^2}{(31.811 - 1) * (0,05)^2 + (0,50)^2 * (1,96)^2}$$

$$n = \frac{30.551,2844}{80,4854}$$

$$n = 380$$

El cálculo de la muestra determina que se deben aplicar 380 encuestas a los turistas nacionales, extranjeros y población del cantón Cotacachi.

Tabla 20
DISTRIBUCIÓN DE LAS ENCUESTAS

Detalle	Población	%	Encuestas
Turistas Extranjeros	22.564	71%	270
Turistas Nacionales	7.735	24%	92
PEA Cotacachi	1.512	5%	18
Total	31.811	100%	380

Elaborado: La autora.

3.11 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Mediante una evaluación de la demanda se podrá identificar adecuadamente nuestro mercado objetivo lo cual ayudará a determinar si el proyecto tendrá éxito y generará beneficios económicos.

3.11.1 DEMANDA ACTUAL

El análisis de la demanda actual es un factor importante debido a que mediante esta variable se establecerá el nivel de aceptación de los servicios ofertados en la hostería, los mismos que se conforman de la siguiente manera:

Tabla 21
DETERMINACIÓN DEMANDA ACTUAL

Población económicamente activa	1.512	Turistas Nacionales y Extranjeros	30.299
% de aceptación	79%	% de aceptación	84%
Total demanda	1.194	Total demanda	25.451

Elaborado: La autora.

La demanda actual se ha establecido en base al nivel de aceptación de visita a una hostería, la misma que se ha determinado en el estudio de mercado pregunta N° 4.

3.11.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La demanda de la población económicamente activa se proyecta a 5 años de acuerdo a la tasa de crecimiento de la población del cantón Cotacachi proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos la cual tiene un valor de 4,63%, con respecto a los turistas la demanda se proyecta según la tasa de crecimiento de ingresos de turistas al Ecuador que se encuentra en el 14% según los datos publicados por el Ministerio de Turismo.

Para el cálculo de la demanda se aplicó la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_o (1+i)^n$$

Donde:

Variables	PEA	Turistas
Q_n = consumo futuro	?	?
Q_o = consumo inicial	1.512	30.299
i = tasa de crecimiento anual	1,48%	14,00%
n = número de periodos (años)	5 años	5 años

La demanda se proyectó tomando los siguientes datos:

Tabla 22
DATOS PROYECCIÓN DEMANDA

Población económicamente activa	1.194	Turistas	25.451
Tasa de crecimiento	1,48%	Tasa de crecimiento	14,00%
Tiempo a proyectar	5 años	Tiempo a proyectar	5 años

Fuente: INEC – Ministerio de Turismo.
Elaborado: La autora.

Tabla 23
DEMANDA PROYECTADA

PEA		Turistas		Total Demanda Proyectada
Año	Demanda Proyectada	Año	Demanda Proyectada	
2016	1.212	2015	29.014	31.379
2017	1.230	2016	33.076	34.270
2018	1.248	2017	37.707	38.955
2019	1.266	2018	42.986	44.253
2020	1.285	2019	49.004	50.290

Fuente: INEC – Ministerio de Turismo.
Elaborado: La autora.

3.12 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LA DEMANDA

- ✓ El mercado turístico en el Ecuador se mantiene en constante crecimiento debido a que el Ministerio de Turismo realiza campañas tanto nacionales como internacionales en las que promociona los atractivos turísticos que posee el país lo cual hace que exista crecimiento del sector turístico, fomentando así la

implementación de establecimientos que oferten servicios de atención a los turistas.

- ✓ El estudio realizado de la demanda permitió identificar que el crecimiento del sector turístico cada vez es mayor, determinando que existe demanda insatisfecha lo cual representa una oportunidad de inversión para la implementación de una hostería.
- ✓ Mediante el estudio de la demanda se identificó los gustos, las preferencias, el promedio de gastos, el tiempo de estadía de los turistas con el objetivo de establecer el nivel de aceptación que tiene el proyecto para su implementación.

3.13 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Mediante el análisis de la oferta permite determinar el número de competidores existentes en el mercado y el nivel de aceptación que tienen ante sus clientes según los gustos y preferencias.

3.13.1 OFERTA ACTUAL

La oferta actual del sector hosterías del cantón Cotacachi se muestra a continuación, identificando los establecimientos existentes y el incremento de este tipo de servicios según la categoría en la que se encuentran.

El catastro de servicios turísticos del Ministerio de Turismo informa que existen 3 hosterías en el cantón Cotacachi de primera y segunda categoría las mismas que tienen una capacidad de atención al cliente de 17.800 packs anuales.

Tabla 24
ESTABLECIMIENTOS POR CATEGORÍA

Establecimiento	Categoría		Total
	Primera	Segunda	
Hacienda San Isidro de Italquí	1		1
Mirage La	1		1
Oro Azul		1	1
Total	2	1	3

Fuente: Catastro del Ministerio de Turismo 2014.
Elaboración: La autora.

La oferta existente demuestra que no satisface la demanda del servicio por lo cual se establece la relación entre oferta y demanda para determinar la demanda insatisfecha y posteriormente evaluar si el implementación del proyecto es factible.

3.13.2 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La información del cuadro anterior muestra un crecimiento muy bajo en el sector de las hosterías, razón por la cual se evidencia que no existe mayor competencia en este sector.

El bajo crecimiento de estos servicios turísticos se debe a la alta inversión que requiere la implementación de este tipo de proyectos, la tasa de crecimiento que proporciona el Ministerio de Turismo se encuentra en el 0,0592 la misma que en los siguientes años no abastecerá para cubrir con la demanda del servicio.

Tabla 41
OFERTA PROYECTADA

Año	Oferta Proyectada
2016	18.854
2017	19.970
2018	21.152
2019	22.404
2020	23.731

Fuente: Catastro del Ministerio de Turismo 2014.
Elaboración: La autora.

3.14 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

La proyección de la demanda insatisfecha se determinó mediante la diferencia entre oferta proyectada y demanda proyectada.

Tabla 25
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2016	30.226	18.854	11.373
2017	34.306	19.970	14.336
2018	38.955	21.152	17.803
2019	44.253	22.404	21.848
2020	50.290	23.731	26.559

Elaboración: La autora.

3.15 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LA OFERTA

- ✓ El análisis de la oferta permitió establecer que existen pocas hosterías en el cantón Cotacachi determinando un segmento de demanda insatisfecha estableciendo así una oportunidad para la implementación del proyecto.
- ✓ La tasa de crecimiento de las hosterías en el cantón es baja debido a que la inversión requerida es alta, razón por la cual no existirá mayor crecimiento de competencia permitiendo a los establecimientos ya en funcionamiento generar un mayor nivel de rentabilidad.
- ✓ La oferta existente en el cantón Cotacachi es escasa y los costos establecidos son elevados por tal motivo se considera la implementación de la hostería la misma que ofertará servicios de calidad que cumplan con las expectativas de los clientes.

3.16 PUBLICIDAD

La publicidad es una herramienta de comunicación comercial y tiene como objetivo incrementar el consumo de un bien o servicio mediante el uso de medios de

comunicación como técnicas de difusión, este instrumento permite posicionar el servicio, difundir a varios segmentos de mercado, captar un mercado más grande y promocionar los bienes o servicios que se ofertan.

El estudio de mercado realizado ha permitido determinar que las hosterías existentes realizan publicidad por medio de páginas web y redes sociales ya que manifestaron que este medio permite difundir la información de manera más rápida optimizando recursos económicos, además de existir una mayor interacción con los usuarios, además supieron manifestar que otro medio que utilizan para promocionar sus servicios es mediante la radio.

Con respecto a los clientes, se determinó que su preferencia para conocer acerca de las novedades de las hosterías es a través de las redes sociales en la actualidad es un medio de gran acogida.

3.17 IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS

La ejecución del presente proyecto se basa en tres principales segmentos de mercado que son turistas nacionales, turistas extranjeros y la población del cantón Cotacachi.

La implementación de la hostería tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de la población mediante la dinamización de la economía, generación de fuentes de trabajo y contribuyendo al estado mediante el pago de impuestos así como también mantener un compromiso medio ambiental promoviendo la sustentabilidad y conservación de los recursos naturales.

3.17.1 CARACTERÍSTICAS

✓ CALIDAD EN LOS SERVICIOS

La calidad del servicio hace referencia a los estándares que deben cumplir los servicios, siguiendo normas y procedimientos de manera que el cliente satisfaga sus necesidades y cumpla con sus expectativas.

✓ **HIGIENE**

La preparación de alimentos se realizará cumpliendo con normas sanitarias, las instalaciones de la hostería se mantendrán en óptimas condiciones de manera que generen satisfacción al cliente.

✓ **EXCELENTE ATENCIÓN**

El personal de la hostería será capacitado y motivado constantemente de manera que oferte un servicio de calidad y personalizado cumpliendo así con las expectativas del cliente.

3.17.2 SERVICIOS SUSTITUTOS

Los servicios sustitutos de la hostería son los siguientes:

- ✓ Hoteles.
- ✓ Cabañas.
- ✓ Hostales residencias.

3.17.3 NORMATIVA SANITARIA Y TÉCNICA

Las actividades de hosterías deben cumplir con la normativa legal sanitaria, de salubridad y técnicas establecidas por los organismos pertinentes, el cumplimiento de estas normas garantizan la calidad del servicio a ofertarse.

Los requisitos con los que debe cumplir la hostería son las siguientes:

- ✓ Permiso sanitario de funcionamiento.
- ✓ Reglamento de actividades turísticas.

3.18 LEVANTAMIENTO DE DATOS

Los datos recopilados de las encuestas aplicadas a turistas y población económicamente activa del cantón Cotacachi, proporciona información que permita determinar si la inversión en el proyecto es rentable y beneficie al sector y población en el que se llevará a cabo el proyecto.

La información recolectada permitirá determinar el nivel de aceptación que tendrá la hostería, los gustos, preferencias, el valor que están dispuestos a pagar.

La información obtenida se muestra a continuación la misma que ha sido tabulada, analizada y representada gráficamente:

3.19 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

3.19.1 ENCUESTA APLICADA A LOS TURISTAS EXTRANJEROS

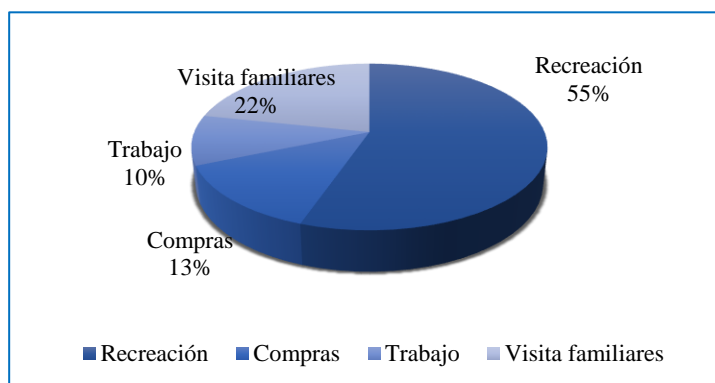
1. ¿Cuál es el propósito de su visita al cantón Cotacachi?

Tabla 26
PROPÓSITO DE VISITA AL CANTÓN

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Recreación	149	55%
Compras	36	13%
Trabajo	26	10%
Visita familiares	58	22%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Gráfico 5
PROPÓSITO DE VISITA AL CANTÓN



Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Análisis:

De las encuestas realizadas se ha podido determinar que la mayor parte de la población visita al cantón Cotacachi principalmente lo realiza por motivos de recreación, seguido de las visitas a familiares y quedando con un pequeño porcentaje las actividades de compras y trabajo; lo cual demuestra que existe una oportunidad de inversión para implementar servicios recreativos en la ciudad.

2. ¿Sus viajes los realiza en compañía de?

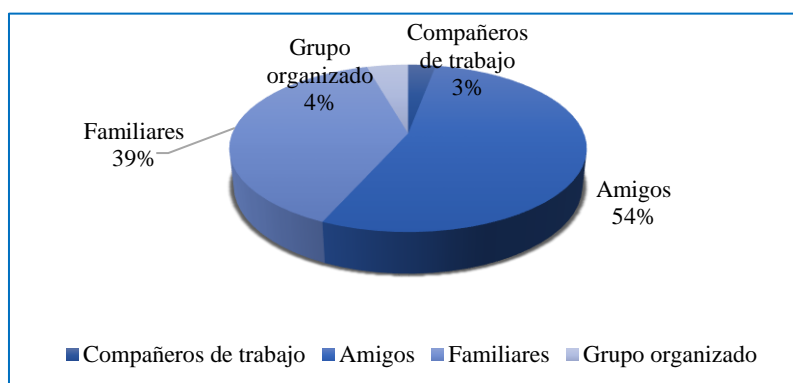
Tabla 27
COMPAÑÍA DE VIAJE

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Compañeros de trabajo	8	3%
Amigos	145	54%
Familiares	105	39%
Grupo organizado	12	4%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta turistas extranjeros.

Elaborado: La autora.

Gráfico 6
COMPAÑÍA DE VIAJE



Fuente: Encuesta turistas extranjeros.

Elaborado: La autora.

Análisis:

Los datos recopilados determinan que las visitas al cantón con mayor preferencia lo realizan entre amigos, posteriormente mencionaron que lo realizan con su familia, mientras que los viajes de grupos organizados y compañeros de trabajo tienen un porcentaje menor, esto demuestra que se debe contar con una infraestructura amplia que permita la atención de grupos de amigos y familiares con un ambiente agradable.

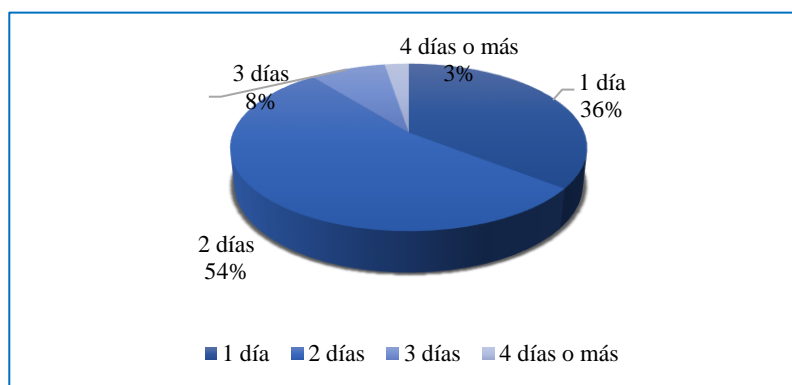
3. ¿Cuánto tiempo permaneció en el cantón Cotacachi?

Tabla 28
TIEMPO DE PERMANENCIA

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1 día	96	36%
2 días	145	54%
3 días	22	8%
4 días o más	7	3%
Total	270	64%

Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Gráfico 7
TIEMPO DE PERMANENCIA



Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Análisis:

De la población encuestada un mayor porcentaje manifestó que permanecen en el cantón un promedio de 2 días, mientras que otra parte mencionó que su estadía es de 1 día y finalmente un menor porcentaje dice que su estadía es de 3 a 4 días, los turistas manifestaron que el tiempo de estadía es corto debido a los costos establecidos son elevados esta información permite determinar que los precios de la hostería deben determinarse de acuerdo a la capacidad de pago de los clientes.

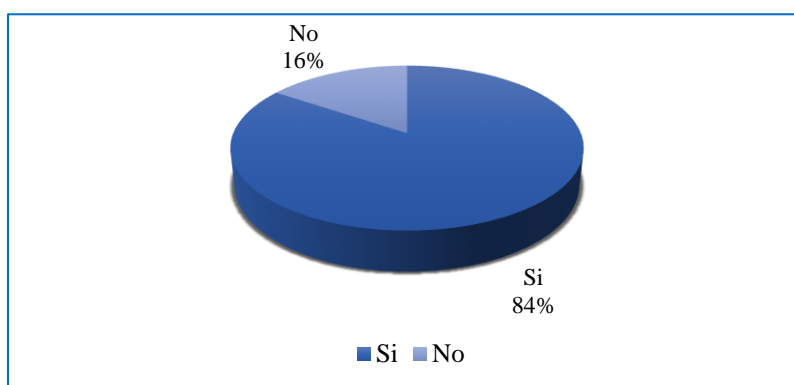
4. ¿Visitaría Ud. una hostería en Cotacachi que oferte servicios de alimentación, hospedaje y esparcimiento?

Tabla 29
PERSONAS QUE VISITARÍAN LA HOSTERÍA

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	228	84%
No	42	16%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Gráfico 8
PERSONAS QUE VISITARÍAN LA HOSTERÍA



Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Análisis:

La mayor parte de la población encuestada ha manifestado que estaría dispuesta a visitar una hostería, mientras que un menor porcentaje no tiene mayor interés por visitar este tipo de lugares, lo cual demuestra que este tipo de servicios si tiene acogida por los turistas favoreciendo a la implementación de este proyecto debido a que existe demanda de estos servicios.

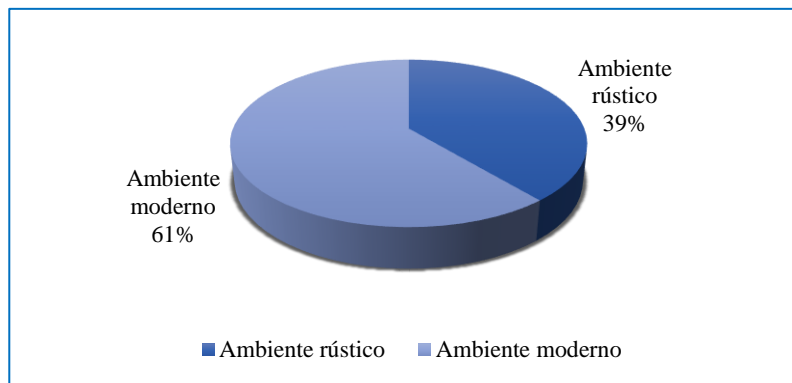
5. ¿Qué características físicas tener la hostería?

Tabla 30
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DE LA HOSTERÍA

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Ambiente rústico	105	39%
Ambiente moderno	165	61%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Gráfico 9
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DE LA HOSTERÍA



Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Análisis:

Los datos recopilados muestran que la infraestructura preferida por los clientes es aquella de ambiente moderno y con menor aceptación el ambiente rústico, este factor permite determinar las características físicas de la hostería creando un ambiente en donde los clientes se sientan a gusto y cumpla con sus expectativas.

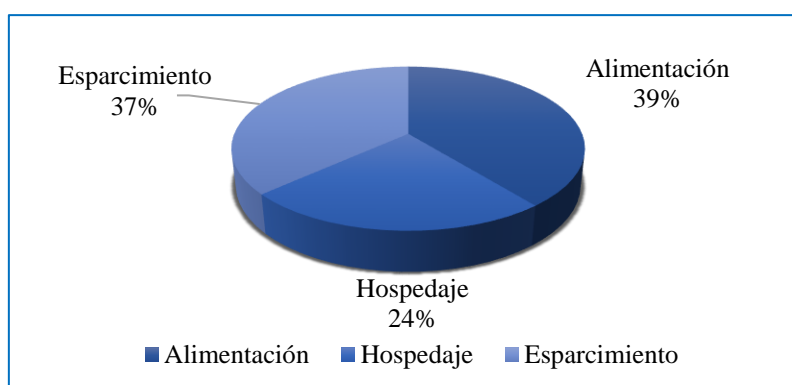
6. ¿Qué tipo de servicios utilizaría al visitar una hostería?

Tabla 31
SERVICIOS QUE UTILIZARÍA

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	174	39%
Hospedaje	107	24%
Esparcimiento	163	37%
Total	444	100%

Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Gráfico 10
SERVICIOS QUE UTILIZARÍA



Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Análisis:

Los datos obtenidos permiten determinar que uno de los servicios con mayor acogida por los clientes al visitar una hostería es el de alimentación seguido del servicio de esparcimiento y finalmente hospedaje estas preferencias se tomarán como referencia para la prestación de los servicios y satisfacción de las necesidades del cliente.

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes servicios?

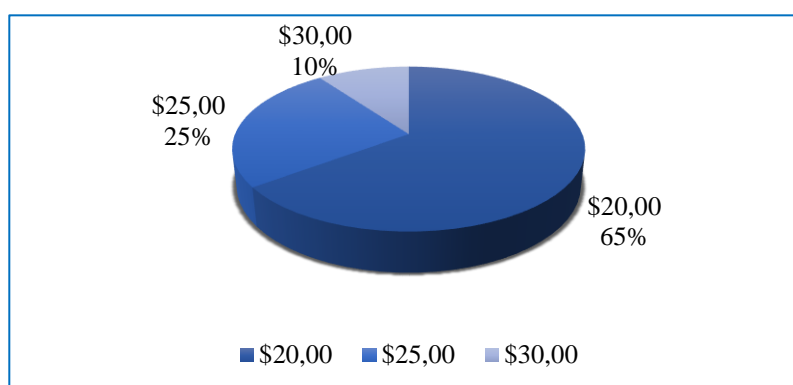
Tabla 32
PAGO POR SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
\$ 20,00	175	65%
\$ 25,00	68	25%
\$ 30,00	27	10%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta turistas extranjeros.

Elaborado: La autora.

Gráfico 11
PAGO POR SERVICIO DE ALIMENTACIÓN



Fuente: Encuesta turistas extranjeros.

Elaborado: La autora.

Análisis:

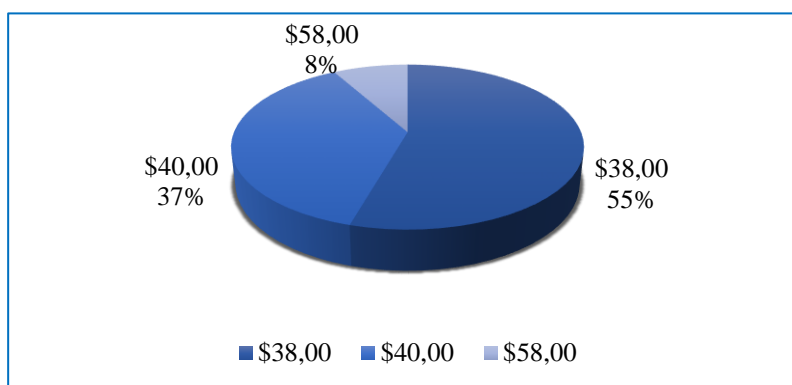
Los datos recopilados establecen que la mayor parte de los encuestados estarían dispuestos a pagar por servicios de alimentación un promedio de \$ 20.00, mientras que un segmento menor por estos servicios pagaría \$ 25.00 y finalmente una cantidad pequeña de los encuestados manifiesta que gastaría \$ 30.00, esta variable permite determinar que los costos deben establecerse de acuerdo a la capacidad de pago de los clientes.

Tabla 33
PAGO POR SERVICIO DE HOSPEDAJE

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
\$ 38,00	147	55%
\$ 48,00	101	37%
\$ 58,00	22	8%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Gráfico 12
PAGO POR SERVICIO DE HOSPEDAJE



Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Análisis:

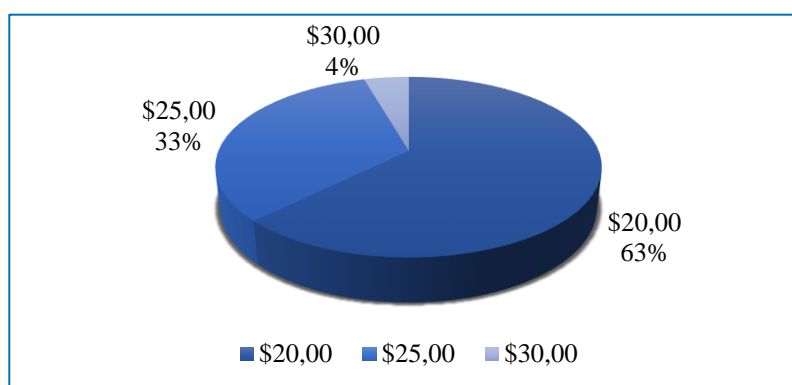
Del segmento de mercado analizado la mayor parte manifestó que estaría dispuesto a pagar \$ 38.00 por concepto de hospedaje, mientras que otro segmento estaría dispuesto a pagar \$ 48.00 y un pequeño segmento pagaría \$ 58.00 por servicio de hospedaje, los encuestados manifestaron que durante su estadía no realizan costos muy elevados en el servicio de hospedaje razón por la cual la hostería debe ofertar precios accesibles.

Tabla 34
PAGO POR SERVICIO DE ESPARCIMIENTO

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
\$ 20,00	169	63%
\$ 25,00	89	33%
\$ 30,00	12	4%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Gráfico 13
PAGO POR SERVICIO DE ESPARCIMIENTO



Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Análisis:

El 63% de la población manifestó que por el servicio de esparcimiento estarían dispuestos a pagar un valor de \$ 20.00, el 33% pagaría un valor de \$ 25.00 y finalmente el 4% estaría en capacidad de pagar \$ 30.00 estos gastos deben ir acordes a la capacidad de pago de los clientes ya que tiene un nivel de aceptación alto y los consumidores buscan realizar actividades diferentes a las de rutina.

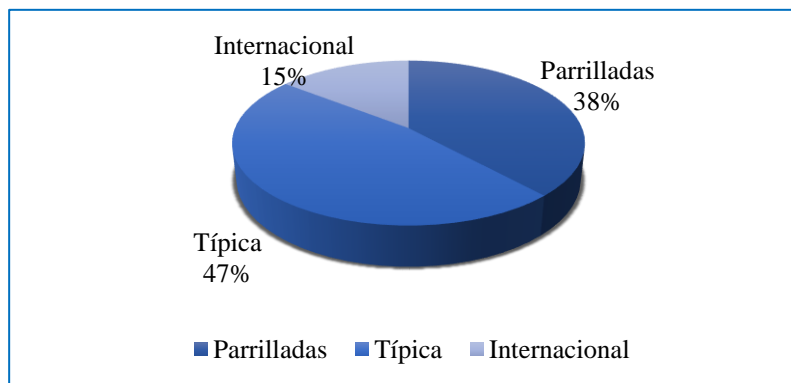
8. ¿Qué tipo de alimentación prefiere consumir?

Tabla 35
PREFERENCIA DE ALIMENTACIÓN

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Parrilladas	103	38%
Típica	128	47%
Internacional	39	15%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Gráfico 14
PREFERENCIA DE ALIMENTACIÓN



Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Análisis:

Los datos recopilados demuestran que la mayor parte de la población tiene mayor tendencia al consumo de platos típicos seguido de las parrilladas y finalmente una pequeña parte de los encuestados prefieren consumir platos internacionales, los turistas tienen mayor atracción a degustar de los platos típicos del país ya que les gusta conocer las diferentes costumbres y tradiciones de la población.

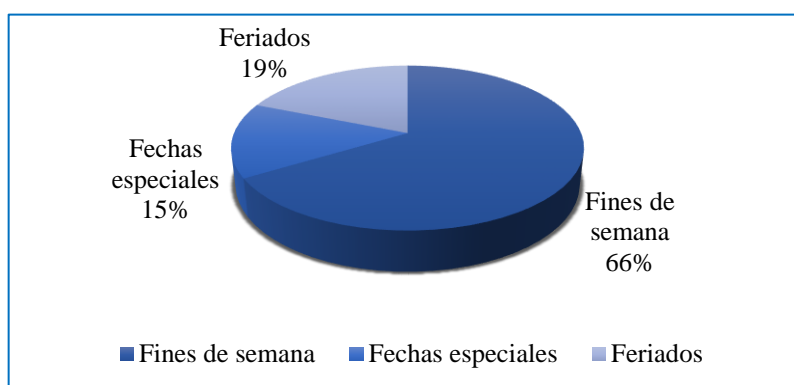
9. ¿Qué días considera apropiados para visitar una hostería?

Tabla 36
DÍAS DE VISITA A LA HOSTERÍA

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Fines de semana	179	66%
Fechas especiales	40	15%
Feriados	51	19%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Gráfico 15
DÍAS DE VISITA A LA HOSTERÍA



Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Análisis:

La mayor parte de los encuestados respondió que visitaría la hostería con mayor preferencia los fines de semana, otro porcentaje en días feriados y una pequeña cantidad prefieren las fechas especiales, la hostería debe tener el personal necesario durante los fines de semana que existe mayor aceptación para visitar este tipo de lugares.

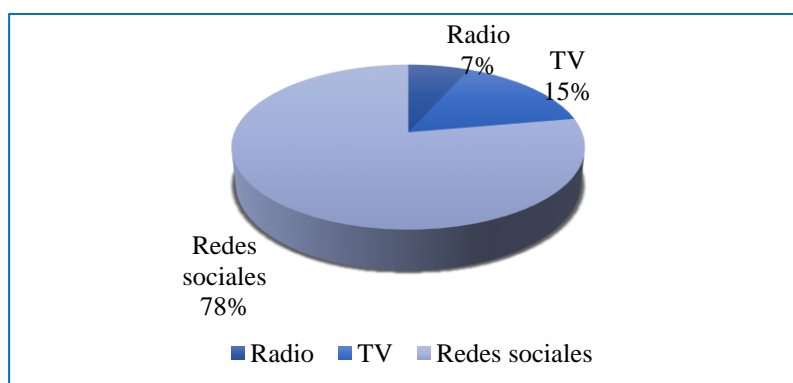
10. ¿A través de qué medios le gustaría conocer las novedades de la hostería?

Tabla 37
PUBLICIDAD DE LA HOSTERÍA

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Radio	18	7%
TV	42	16%
Redes sociales	210	78%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Gráfico 16
PUBLICIDAD DE LA HOSTERÍA



Fuente: Encuesta turistas extranjeros.
Elaborado: La autora.

Análisis:

Las redes sociales es uno de los medios con mayor preferencia por parte de los encuestados para recibir novedades acerca de la hostería en segundo lugar se determinó a través de la TV y en tercer lugar la radio, al tener mayor aceptación en las redes sociales existe una comunicación rápida y a cualquier parte del mundo además de disminuir los costos de publicidad.

3.19.2 ENCUESTA TURISTAS NACIONALES Y POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEL CANTÓN COTACACHI

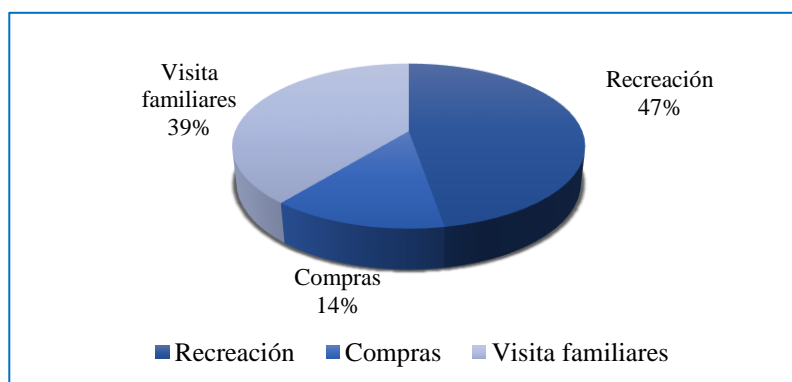
1. ¿Cuál es el propósito de su visita al cantón Cotacachi?

Tabla 38
PROPÓSITO DE VISITA AL CANTÓN

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Recreación	52	47%
Compras	15	14%
Trabajo	0	0%
Visita familiares	43	39%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Gráfico 17
PUBLICIDAD DE LA HOSTERÍA



Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Análisis:

Los datos recopilados demuestran que la mayor cantidad de visitas realizadas al cantón Cotacachi es por motivos de recreación, seguido de las visitas a familiares y finalmente un menor porcentaje lo realiza por motivos de compras, con esta información se determina que existe una oportunidad de inversión para la implementación de servicios recreativos en el cantón.

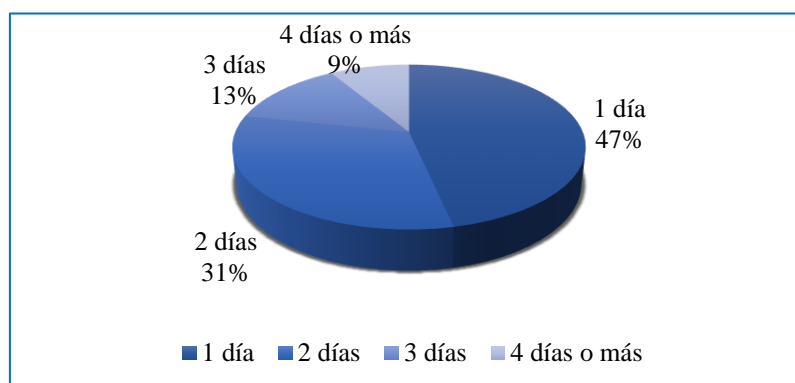
2. ¿Cuánto tiempo permaneció en el cantón Cotacachi?

Tabla 39
TIEMPO DE PERMANENCIA

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1 día	51	47%
2 días	35	31%
3 días	14	13%
4 días o más	10	9%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Gráfico 18
TIEMPO DE PERMANENCIA



Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Análisis:

De la población encuestada un mayor porcentaje manifestaron que permanecen en el cantón 1 día, mientras que otra parte mencionó que su estadía es de 2 días y finalmente un menor porcentaje permanece de 3 a 4 días, los turistas manifestaron que el tiempo de estadía es corto debido a los costos de estadía son altos esta información permite determinar que los precios de la hostería deben determinarse de acuerdo a la capacidad de pago de los clientes.

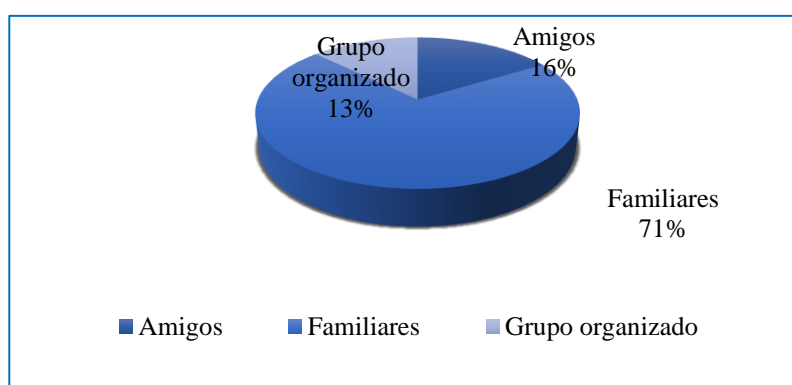
3. ¿Sus viajes los realiza en compañía de?

Tabla 40
COMPANÍA DE VIAJE

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Amigos	18	16%
Familiares	78	71%
Grupo organizado	14	13%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Gráfico 19
COMPANÍA DE VIAJE



Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Análisis:

De las encuestas aplicadas la mayor parte afirman que las visitas al cantón lo realizan en compañía de familiares, seguido de un menor porcentaje que lo hace con amigos y finalmente un pequeño segmento lo realiza en grupos organizados, esta información permite determinar que la hostería debe crear un ambiente agradable de manera que los visitantes disfruten del lugar en compañía de sus amigos, familiares y grupos organizados.

4. ¿Visitaría una hostería en el cantón Cotacachi?

Tabla 41

NIVEL DE ACEPTACIÓN DE VISITA A UNA HOSTERÍA

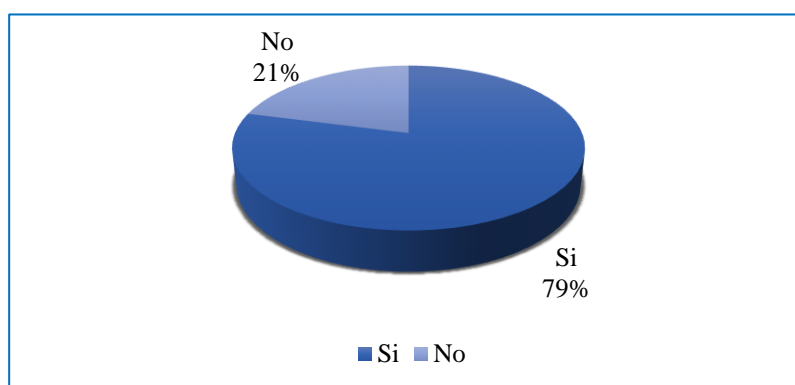
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	87	79%
No	23	21%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.

Elaborado: La autora.

Gráfico 20

NIVEL DE ACEPTACIÓN DE VISITA A UNA HOSTERÍA



Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.

Elaborado: La autora.

Análisis:

La mayor parte de la población encuestada afirmó que si estaría dispuesta a visitar una hostería en el cantón Cotacachi mientras que otro segmento respondió que no visitaría este tipo de lugares esta información representa una oportunidad de inversión ya que la población si acepta los servicios ofertados por una hostería.

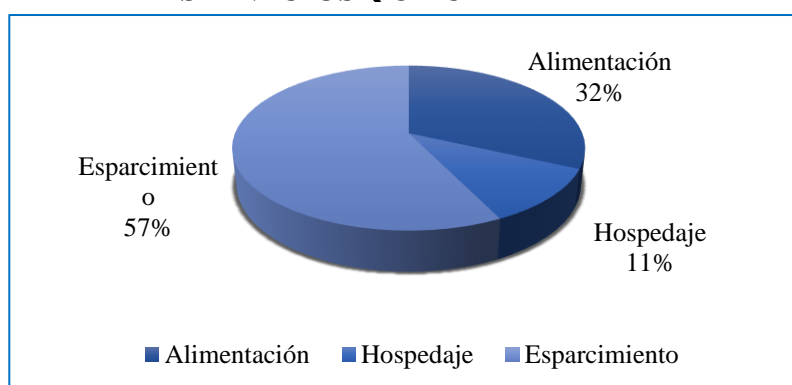
5. ¿Qué tipo de servicios utilizaría?

Tabla 42
SERVICIOS QUE UTILIZARÍA

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	35	32%
Hospedaje	12	11%
Esparcimiento	63	57%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Gráfico 21
SERVICIOS QUE UTILIZARÍA



Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Análisis:

De acuerdo a los datos recopilados el servicio que tendría mayor aceptación es el de esparcimiento en segundo lugar el de alimentación con y en tercer lugar el servicio de hospedaje, esta información determinar el área de esparcimiento cumpla con las expectativas y requerimientos del cliente de manera que el cliente satisfaga sus necesidades.

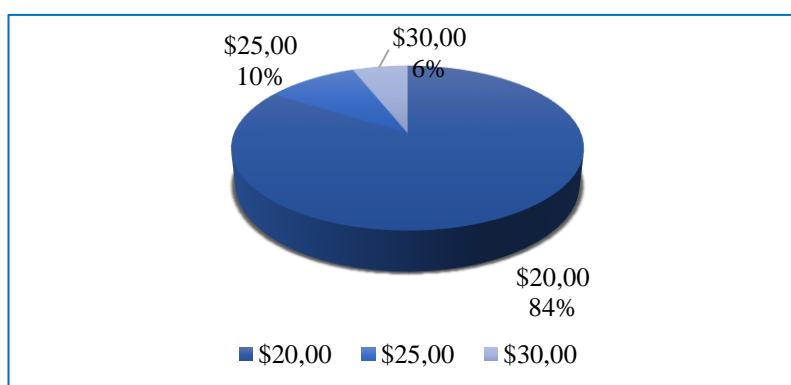
6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes servicios?

Tabla 43
PAGO POR SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
\$ 20,00	92	84%
\$ 25,00	11	10%
\$ 30,00	7	6%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Gráfico 22
PAGO POR SERVICIO DE ALIMENTACIÓN



Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Análisis:

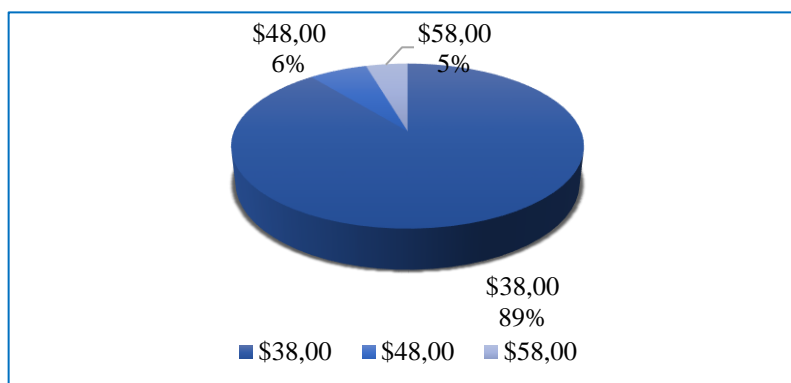
Los datos recopilados establecen que la mayor parte de los encuestados estarían dispuestos a pagar por servicios de alimentación un promedio de \$ 20.00, mientras que un segmento menor por estos servicios pagaría \$ 25.00 y finalmente una pequeña cantidad manifestó que gastaría \$ 30.00, esta variable permite determinar que los costos deben establecerse de acuerdo a la capacidad de pago de los clientes.

Tabla 44
PAGO POR SERVICIO DE HOSPEDAJE

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
\$ 38,00	98	89%
\$ 48,00	7	6%
\$ 58,00	5	5%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Gráfico 23
PAGO POR SERVICIO DE HOSPEDAJE



Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Análisis:

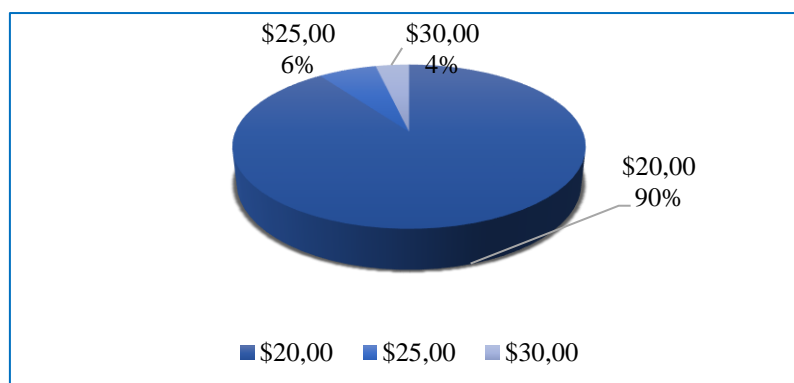
La mayor parte de encuestados manifestó que estaría dispuestos a pagar por este servicio \$ 38.00, otro grupo pagaría un promedio de \$ 48.00 mientras y finalmente un menor porcentaje mencionó que pagarían \$ 58.00, los turistas manifestaron que en el sector los costos por hospedaje son elevados en el proyecto se debe establecer precios de acuerdo a la capacidad de pago de los clientes ofertando servicios de calidad.

Tabla 45
PAGO POR SERVICIO DE ESPARCIMIENTO

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
\$ 20,00	99	90%
\$ 25,00	7	6%
\$ 30,00	4	4%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Gráfico 24
PAGO POR SERVICIO DE ESPARCIMIENTO



Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Análisis:

La mayor parte de la población manifestó que por el servicio de esparcimiento estarían dispuestos a pagar un valor de \$ 20.00, seguido de otro grupo pagaría un valor de \$ 25.00 y finalmente el un pequeño porcentaje estaría en capacidad de pagar \$ 30.00 estos gastos deben ir acordes a la capacidad de pago de los clientes ya que tiene un nivel de aceptación alto y los consumidores buscan realizar actividades diferentes a las de rutina.

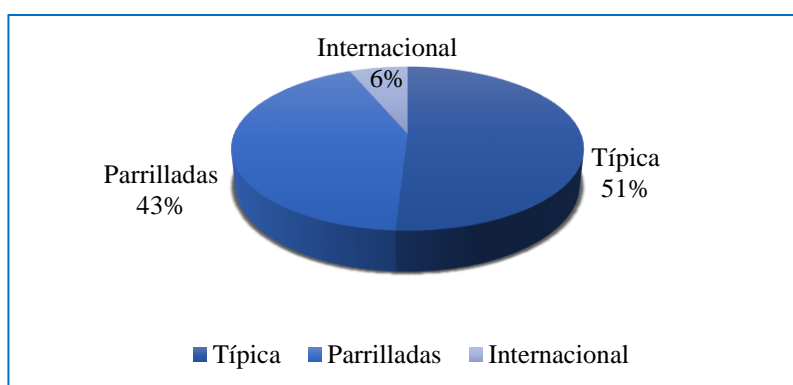
7. ¿Qué tipo de alimentación prefiere consumir?

Tabla 46
PREFERENCIA DE ALIMENTACIÓN

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Típica	56	51%
Parrilladas	47	43%
Internacional	7	6%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Gráfico 25
PREFERENCIA DE ALIMENTACIÓN



Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Análisis:

Los datos recopilados demuestran que la mayor parte de la población tiene mayor tendencia al consumo de platos típicos seguido de las parrilladas y finalmente una pequeña parte de los encuestados prefieren consumir platos internacionales, el servicio de alimentación debe basarse en la preparación de platos típicos ya que este tipo de gastronomía tiene mayor consumo.

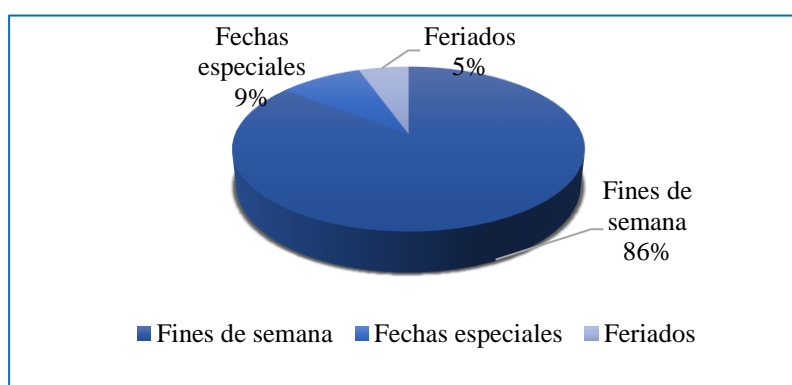
8. ¿Qué días considera apropiados para visitar una hostería?

Tabla 47
DÍAS DE VISITA

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Fines de semana	94	86%
Fechas especiales	10	9%
Feriados	6	5%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Gráfico 26
DÍAS DE VISITA



Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Análisis:

Los días con mayor preferencia para visitar una hostería son los fines de semana los encuestados manifestaron que acudirían estos días, otro grupo manifestó que lo haría en fechas especiales y un mínimo de encuestados prefiere los feriados, esta información establece la capacidad que debería tener el proyecto para atender a los clientes los días con mayor cantidad de clientes.

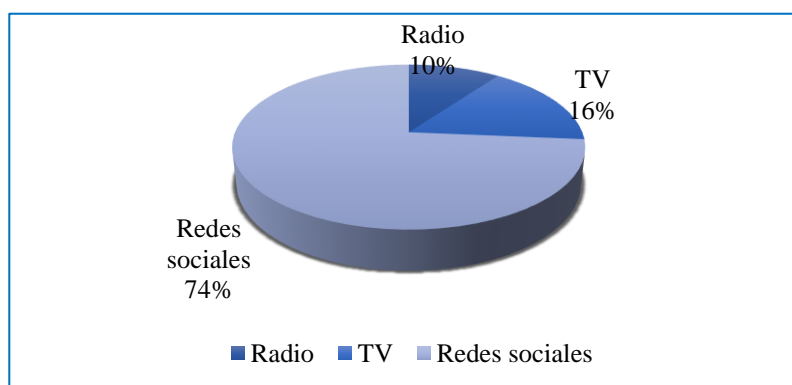
9. ¿A través de qué medios le gustaría conocer las novedades de la hostería?

Tabla 48
PUBLICIDAD DE LA HOSTERÍA

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Radio	11	10%
TV	18	16%
Redes sociales	81	74%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Gráfico 27
PUBLICIDAD DE LA HOSTERÍA



Fuente: Encuesta turistas nacionales y PEA Cotacachi.
Elaborado: La autora.

Análisis:

El mayor segmento de la población encuestada manifiesta que prefiere conocer las novedades de la hostería mediante las redes sociales, un segundo segmento prefiere mediante la TV y finalmente por la radio, esta aceptación de conocer las novedades mediante redes sociales permite difundir la información de manera más rápida permitiendo así la optimización de recursos.

3.19.3 ENTREVISTA A LOS ADMINISTRADORES Y PROPIETARIOS DE LAS HOSTERÍAS DEL CANTÓN COTACACHI

Se realizó una entrevista a los propietarios de las hosterías del cantón Cotacachi con la finalidad de conocer la situación actual de la competencia, los propietarios han manifestado lo siguiente:

Preguntas:

1. ¿Cuál es la actividad principal que realiza en su negocio?

La actividad principal que realizan las hosterías del cantón es la oferta del servicio de hospedaje y alimentación, las hosterías existentes no cubren la demanda de los servicios por parte de los turistas este factor permite determinar una oportunidad de inversión para la implementación de este proyecto el mismo que tiene como objetivo satisfacer las necesidades de la demanda insatisfecha.

2. ¿Cuánto tiempo se encuentra ofertando sus servicios?

Las hosterías del cantón tienen un promedio de 10 años ofertando sus servicios lo cual demuestra que existe demanda del servicio el mismo que genera rentabilidad permitiéndoles mantenerse en el mercado.

3. ¿La infraestructura con la que Ud. cuenta es?

Los propietarios de las hosterías manifestaron que la infraestructura con la que cuentan es propia razón por la cual no incurren en gastos de arriendo incrementando de esta manera la rentabilidad del negocio.

4. ¿Para cuántas personas tiene capacidad su hostería?

El 50% de los establecimientos manifestaron que tienen una capacidad de atención de 10 personas mientras que el otro 50% dijo tener una capacidad de 30 personas

demostrando así que la capacidad de atención a los clientes no cubre la demanda existente de estos servicios.

5. ¿Cuántos turistas recibe semanalmente?

El promedio de turistas que se recibe semanalmente es de 80 personas y dependiendo de la temporada existe mayor demanda del servicio, el incremento del consumo de los servicios permite a las hosterías generar mayor rentabilidad contribuyendo al sector en el que se encuentra mediante la generación de fuentes de empleo y dinamización de la economía.

6. ¿Con mayor frecuencia Ud. atiende turistas nacionales o extranjeros?

El 86% de los turistas son extranjeros y el 14% son turistas nacionales, al existir mayor demanda de turistas extranjeros los gastos que realizan son más elevados que los del turista nacional favoreciendo de esta manera a la economía del país mediante el consumo de los diferentes bienes y servicios.

7. ¿Cuáles son los días en los existe mayor demanda de los servicios que oferta?

De la entrevista realizada se pudo determinar que los fines de semana y los días feriados son días en donde existe mayor demanda de los servicios ofertados, de lunes a viernes manifestaron que las visitas son escasas demostrando así que la capacidad de atención a los turistas debe ser los fines de semana ya que son los días donde se genera mayor rentabilidad.

8. ¿Cuál es el tiempo de permanencia de los turistas en la hostería?

De las entrevistas realizadas se determinó que la mayor parte de los turistas que visitan la hostería tienen un promedio de estadía de 2 noches mientras que un porcentaje pequeño se permanece en la hostería 1 noche.

9. ¿Cuál es el promedio de gastos que realizan los clientes?

Los administradores de las hosterías manifestaron que el promedio de gasto diario que realizan los turistas extranjeros es de \$ 90.00 y los turistas nacionales realizan un gasto diario de \$ 50.00

10. ¿En qué medios promociona su hostería?

Los medios más utilizados para promocionar las hosterías, los servicios con los que cuentan y las novedades las realizan mediante páginas web prefieren realizarlo por estos medios ya que la información es difundida de manera más rápida y minimiza los gastos por publicidad.

3.20 CONCLUSIONES DE LA ENTREVISTA REALIZADA A LOS ADMINISTRADORES Y PROPIETARIOS DE LAS HOSTERÍAS DEL CANTÓN COTACACHI

- ✓ Los datos recopilados permitieron determinar que el cantón Cotacachi es muy visitado por turistas nacionales como internacionales por los atractivos turísticos que posee los mismos que deben ser explotados de manera responsable con el objetivo de mejorar la economía del sector.
- ✓ Los ingresos que se generan por la actividad de las hosterías se consideran adecuados ya que se genera utilidad después de cubrir con los costos y gastos generados por la actividad económica.
- ✓ Las hosterías existentes en el cantón no son suficientes para cubrir la demanda existente por este motivo se considera factible la implementación del presente proyecto el mismo que generará fuentes de empleo y mejora de la calidad de vida de los habitantes del sector.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 INTRODUCCIÓN

El objetivo del estudio técnico es determinar los elementos requeridos para la implementación del proyecto y las variables de ubicación, tamaño del proyecto e inversión.

Este estudio se basa en los aspectos técnicos óptimos que se requieren en las instalaciones de la planta así como también determinar la maquinaria y materiales necesarios para el desarrollo de las actividades logrando eficiencia y consecuentemente la generación de rentabilidad.

4.2 OBJETIVO GENERAL

Elaborar el estudio técnico que permita tener una visión del proyecto para identificar la localización del proyecto y aquellos aspectos relacionados con infraestructura, abastecimiento de insumos, servicios básicos y mano de obra.

4.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Determinar la localización óptima del proyecto.
- ✓ Determinar el capital de inversión, infraestructura, maquinaria y recurso humano requerido.
- ✓ Análisis de la disponibilidad de materiales y suministros.
- ✓ Identificar y describir los procesos a desarrollarse en la hostería.

4.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción y comercialización del servicio que se ofertara durante un periodo de tiempo los mismos que deben satisfacer los gustos y expectativas del cliente.

Este capítulo permitirá analizar varios factores para determinar si la inversión a realizarse es factible, esto se logrará mediante el estudio técnico en el cual se determina la ubicación, la aceptación del servicio, el financiamiento requerido, los equipos, maquinaria, implementos y personal necesario para el funcionamiento eficiente de la entidad.

El objetivo de este proyecto es generar rentabilidad y consecuentemente la creación de nuevas plazas de empleo, mejorar la calidad de vida de la población del sector para lo cual se debe cumplir con normas, procedimientos y estrategias que contribuyan al desarrollo y éxito de la hostería.

4.5 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización del proyecto determina el lugar donde desarrollará las actividades la hostería, para lo cual se toma en cuenta los siguientes factores:

- a) Área geográfica (macro localización).
- b) Lugar específico de asentamiento (micro localización).

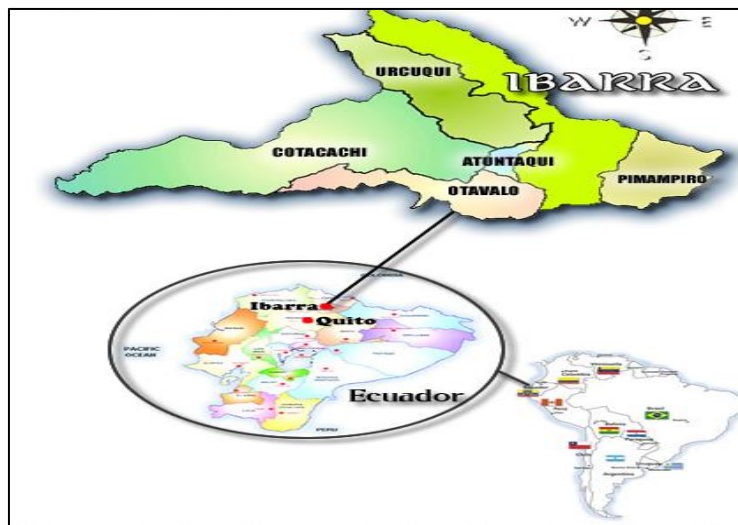
4.5.1 MACRO LOCALIZACIÓN

El presente proyecto se ubicará en la Parroquia El Sagrario, situada en la ciudad de Cotacachi, Provincia de Imbabura; el lugar se ha seleccionado debido a que este cantón posee gran variedad de atractivos turísticos como son paisajes, flora, fauna y cultura lo cual hace de esta una ciudad muy reconocida tanto a nivel nacional como internacional.

La ciudad de Cotacachi al poseer grandes riquezas naturales y culturales ha favorecido para que sea reconocida por turistas nacionales como extranjeros, fomentando así el turismo de la ciudad y el crecimiento económico.

Ilustración 1

MAPA DE MACRO LOCALIZACIÓN



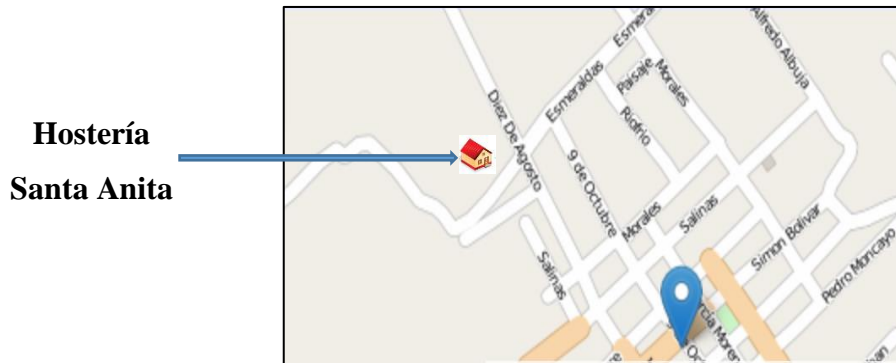
Fuente: Mapa del Ecuador.

4.5.2 MICRO LOCALIZACIÓN

La Hostería se ubicará en el barrio La Banda en las calles 10 de Agosto y Esmeraldas lugar en donde se ofertarán los servicios de hospedaje, alimentación y esparcimiento; la ubicación de la hostería se ha establecido mediante el análisis de factores que permitieron determinar el lugar más apropiado para la implementación del proyecto.

Ilustración 2

MAPA DE MICRO LOCALIZACIÓN



Fuente: Mapa de Cotacachi

4.6 FACTORES RELEVANTES PARA LA LOCALIZACIÓN

La micro localización del proyecto se ha determinado mediante el análisis de factores de gran relevancia que tendrán impacto en la implementación del proyecto, a continuación se detalla los factores analizados:

4.6.1 SELECCIÓN DEL LUGAR

- ✓ Parroquia Imantag
- ✓ Parroquia El Ejido
- ✓ Parroquia Cotacachi

4.6.2 SELECCIÓN DE FACTORES

FACTORES COMERCIALES

- ✓ Ubicación comercial.
- ✓ Canales de distribución.
- ✓ Proveedores.
- ✓ Competencia.

- ✓ Seguridad.
- ✓ Servicios básicos.

FACTORES AMBIENTALES

- ✓ Contaminación.
- ✓ Manejo de desperdicios.

FACTORES LEGALES

- ✓ Servicio de Rentas Internas.
- ✓ Ordenanza Municipal.
- ✓ Permiso Bomberos.

4.6.3 MATRIZ DE FACTORES

La matriz de factores permite la selección más óptima del lugar en donde debe ubicarse el proyecto para lo cual se realiza una evaluación y calificación de las posibles alternativas de localización.

La calificación se realizó de acuerdo al cuadro que se muestra a continuación:

Tabla 49
ESCALA PARA LA CALIFICACIÓN DE FACTORES

Indicador	Valor
Óptima	5
Muy buena	4
Buena	3
Regular	2
Malo	1

Elaborado: La autora.

Tabla 50
MATRIZ DE FACTORES

Factores	Imantag	El Ejido	Cotacachi
Factores comerciales			
Ubicación comercial	1	2	4
Canales de distribución	2	2	4
Proveedores	1	2	3
Competencia	1	1	3
Seguridad	3	2	3
Servicios Básicos	3	4	4
Total	11	13	21
Factores Ambientales			
Contaminación	3	3	3
Manejo de desperdicios	3	3	4
Total	6	6	7
Factores Legales			
Servicio de Rentas Internas	3	4	5
Ordenanza Municipal	3	3	4
Permiso Bomberos	4	4	4
Total	10	11	13
Total	27	30	41

Elaborado: La autora.

Tabla 51
PONDERACIÓN DE FACTORES

Factores	Ponderación	Imantag	El Ejido	Cotacachi
Factores comerciales				
Ubicación comercial	10%	0,10	0,20	0,40
Canales de distribución	10%	0,20	0,20	0,40
Proveedores	10%	0,10	0,20	0,30
Competencia	10%	0,10	0,10	0,30
Seguridad	10%	0,30	0,20	0,30
Servicios Básicos	10%	0,30	0,40	0,40
Total	60%	1,10	1,30	2,10
Factores Ambientales				
Contaminación	10%	0,30	0,30	0,30
Manejo de desperdicios	10%	0,30	0,30	0,40
Total	20%	0,60	0,60	0,70
Factores Legales				
Servicio de Rentas Internas	8%	0,24	0,32	0,40
Ordenanza Municipal	5%	0,15	0,15	0,20
Permiso Bomberos	7%	0,28	0,28	0,28
Total	20%	0,67	0,75	0,88
Total	100%	2,37	2,65	3,68

Elaborado: La autora.








En la tabla presentada anteriormente se puede identificar los factores que tendrían impacto en la implementación de la Hostería, estas variables han sido evaluadas mediante un rango de 1 a 5 puntos las mismas que permiten identificar el lugar más apropiado para la ejecución del proyecto.

Los resultados obtenidos determinan que la ubicación de la Hostería será en la ciudad de Cotacachi barrio La Banda; debido a que la puntuación ha establecido el lugar con mayor impacto positivo para la implementación del proyecto.

4.7 INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.7.1 PROCESOS DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El diagrama de procesos es una representación gráfica de la secuencia con las que deben ejecutarse las actividades para realizar el trabajo de una manera más eficiente, estandarizar los procesos y cumplir con las expectativas de los clientes.

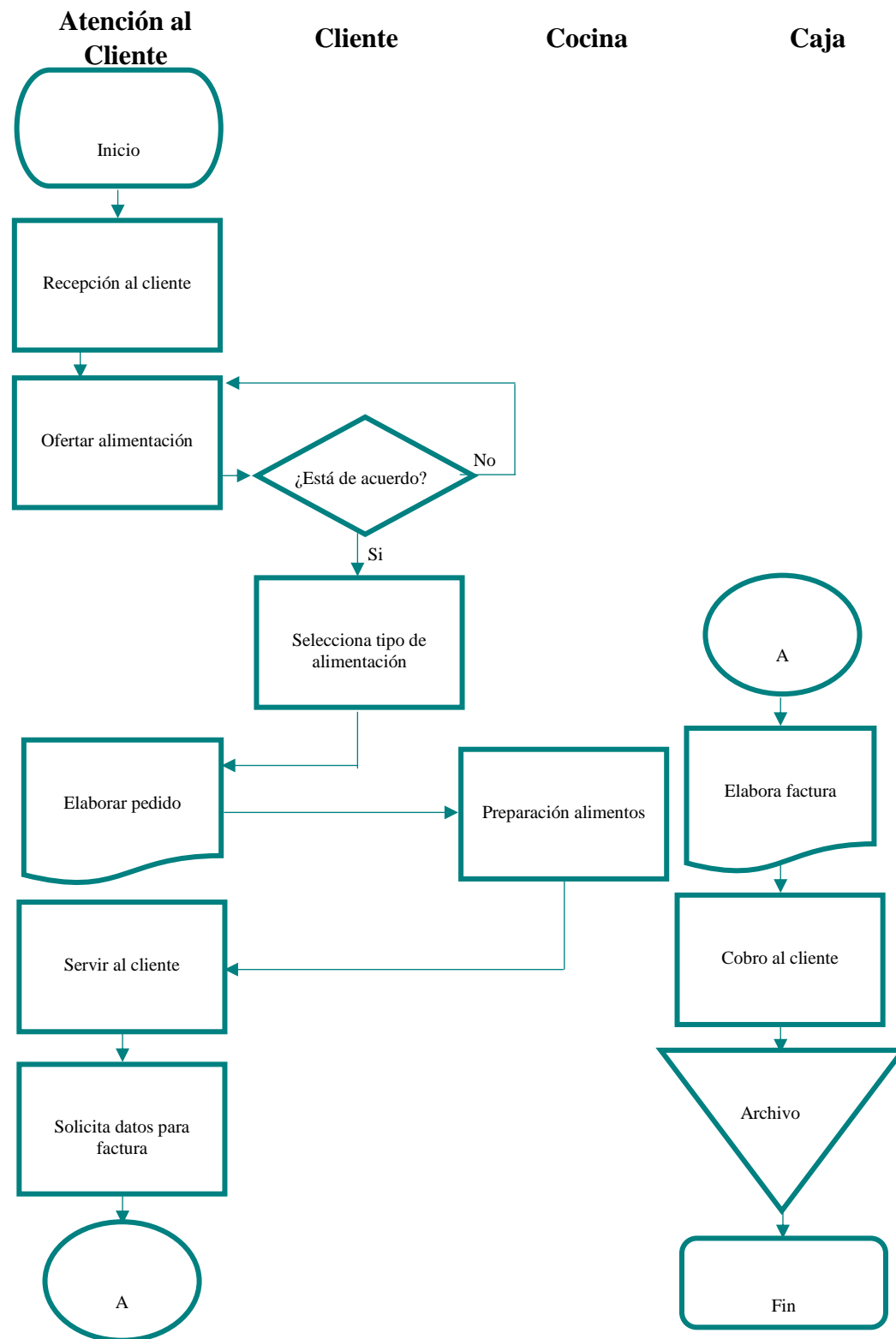
Simbología	Significado
	Inicio
	Actividad
	Documentación
	Decisión
	Conectores
	Archivo
	Fin

FLUJOGRAMA SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

**HOSTERÍA
SANTA ANITA**

Proceso: Servicio Alimentación

Código: Flujo - 001



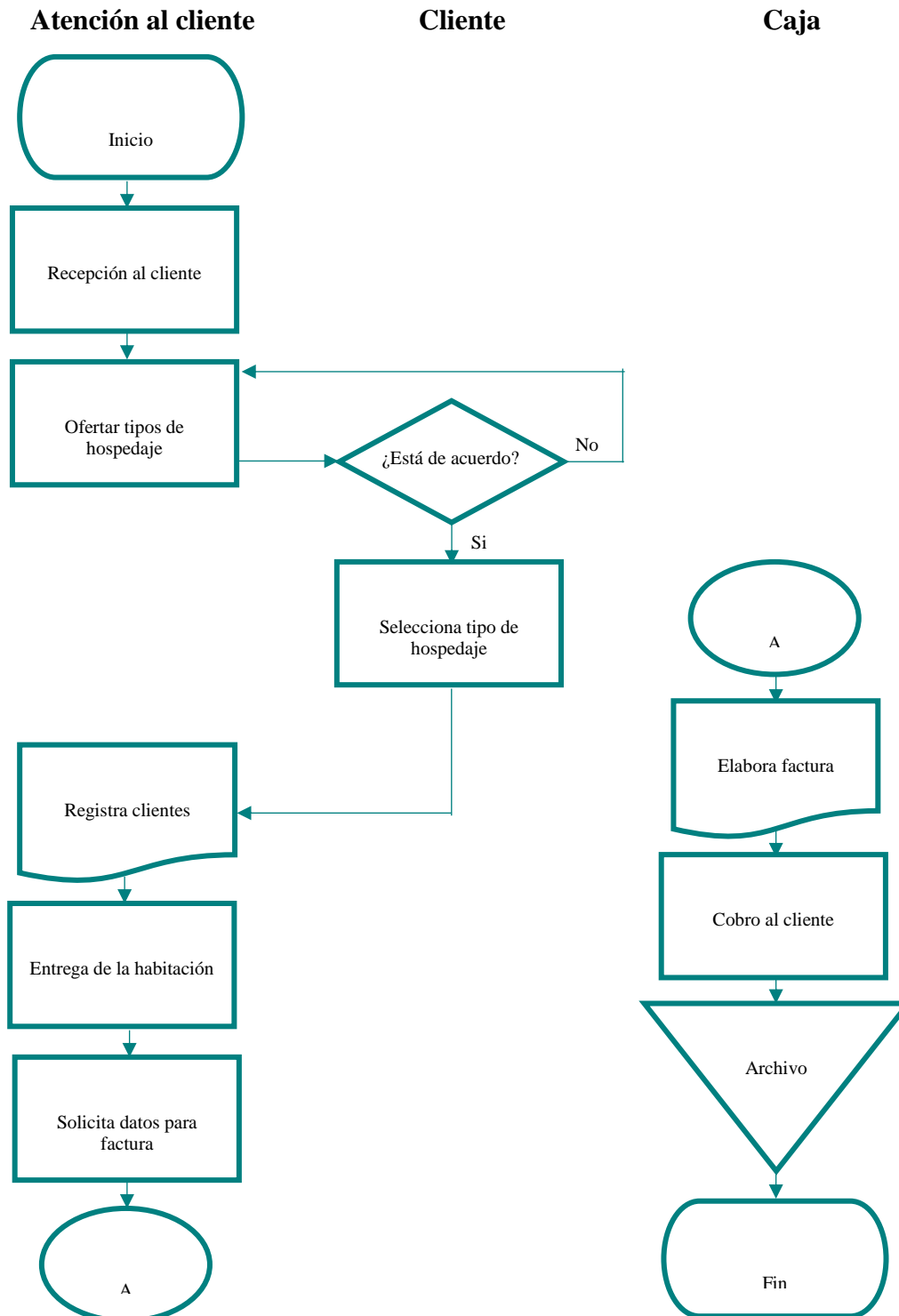
Elaborado: La autora

FLUJOGRAMA SERVICIO DE HOSPEDAJE

**HOSTERÍA
SANTA ANITA**

Proceso: Servicio Hospedaje

Código: Flujo - 002



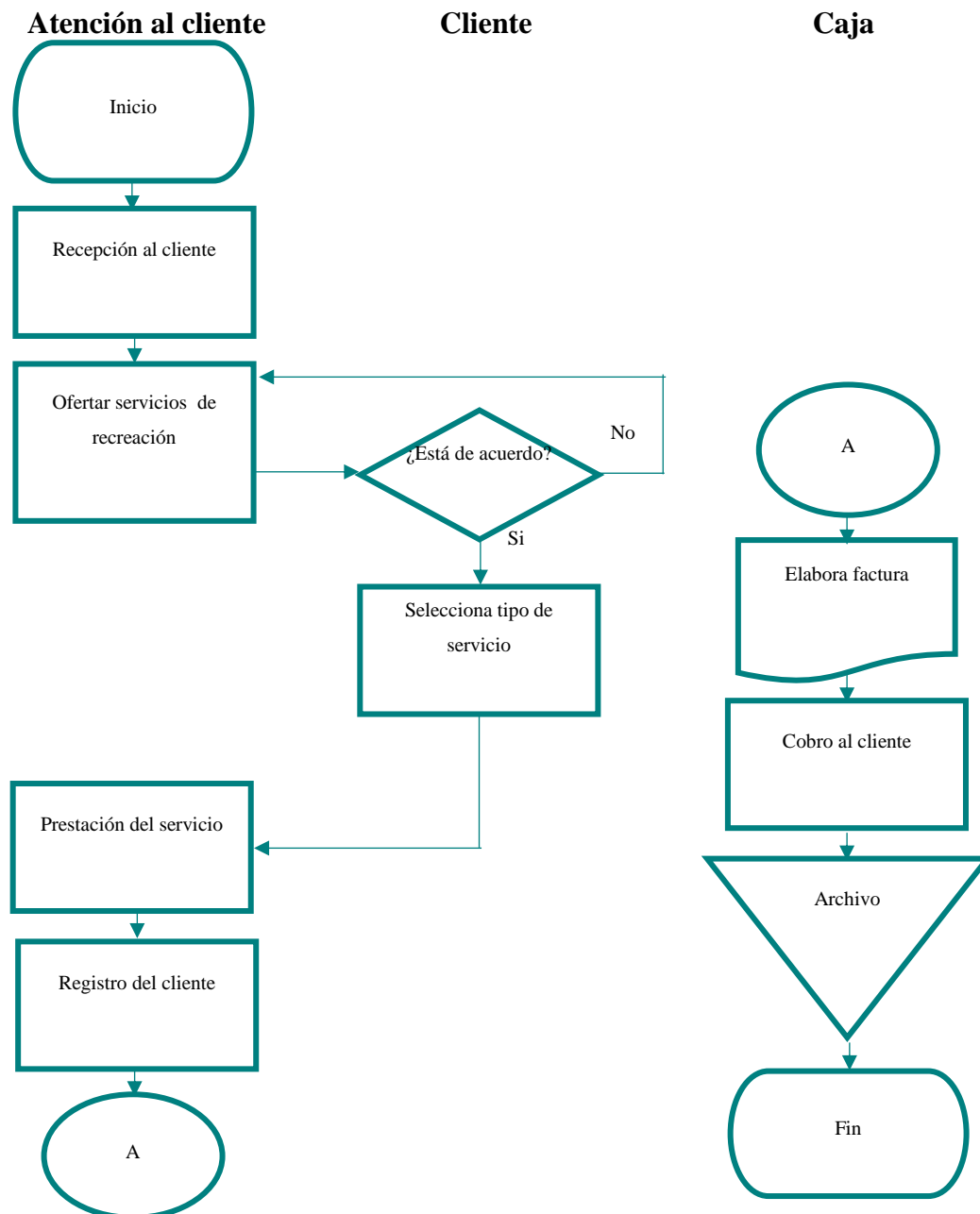
Elaborado: La autora

FLUJOGRAMA SERVICIO DE ESPARCIMIENTO

**HOSTERÍA
SANTA ANITA**

Proceso: Servicio Esparcimiento

Código: Flujo - 003



Elaborado: La autora

4.8 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

Para el desarrollo eficiente de actividades dentro de la hostería es necesario contar con el siguiente personal para satisfacer los gustos y expectativas de los clientes:

Tabla 52
REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

Cant.	Personal
1	Chef
2	Ayudantes de cocina
3	Meseros y posilleros
2	Camareros
1	Gerente
1	Contador
1	Auxiliar contabilidad
1	Cajera
1	Guardia

Elaborado: La autora.

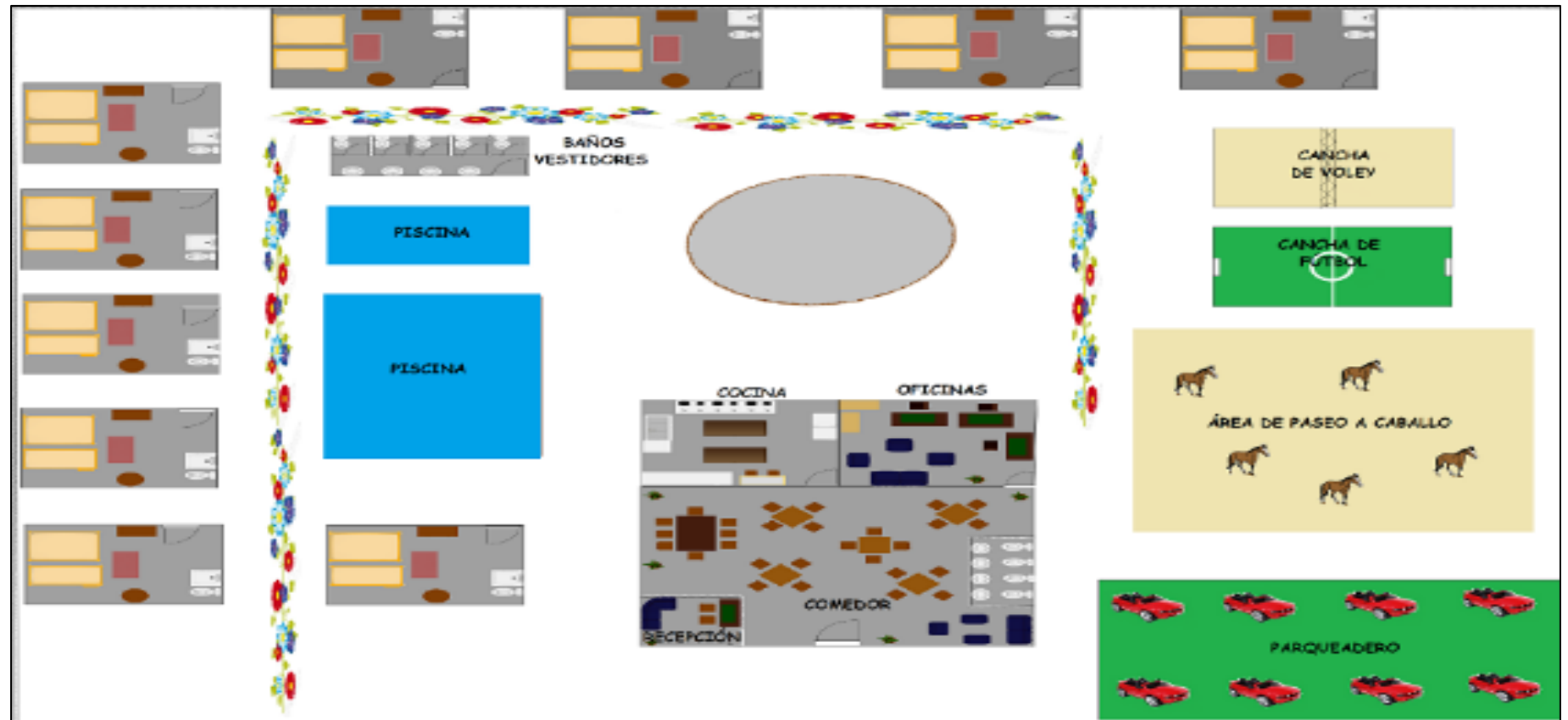
4.9 DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

La distribución de las instalaciones se realizará de manera que el espacio físico sea utilizado adecuadamente para brindar un mejor servicio a los clientes:

Ilustración 3
DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

52 m

48 m



4.10 INVERSIÓN

A continuación se detalla la infraestructura, muebles y enceres, equipos de cómputo, maquinaria y vehículo requeridos para la implementación de la hostería.

4.10.1 REQUERIMIENTO DE INMUEBLES E INFRAESTRUCTURA

A continuación se detalla el terreno y las instalaciones necesarias para la implementación de la hostería.

Tabla 53

REQUERIMIENTO DE INMUEBLES E INFRAESTRUCTURA

Cant. Mts 2	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
01	Terreno	65.000,00	65.000,00
70	Parqueadero	120,00	8.400,00
150	6 Habitaciones 5 x 5	160,00	24.000,00
144	4 Habitaciones 6 x 6	160,00	23.040,00
20	Cocina	210,00	4.200,00
40	Comedor	160,00	6.400,00
20	Oficinas administrativas	160,00	3.200,00
30	Canchas deportivas	160,00	4.800,00
50	Piscina	210,00	10.500,00
25	Jardines	135,00	3.375,00
100	Área paseos a caballo	120,00	12.000,00
Subtotal edificio			164.915,00

Fuente: Investigación.

Elaborado: La autora.

4.10.2 REQUERIMIENTO MOBILIARIO Y EQUIPOS

El mobiliario y equipos requeridos para el proceso productivo se detallan a continuación:

Tabla 54
REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO Y EQUIPOS

Cant.	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
02	Cocinas 4 quemadores	240,00	480,00
02	Refrigeradoras grandes	795,65	1.591,30
02	Licadoras	110,32	220,64
01	Horno	180,00	180,00
02	Extractor de olores	119,00	238,00
10	Televisores 32"	437,16	4.371,60
01	Parilla eléctrica	488,00	488,00
02	Equipo de audio	428,61	857,22
02	Lavadoras	605,61	1.211,22
01	Mesón acero inoxidable	390,00	390,00
02	Mesas para cocina	290,00	580,00
10	Juegos de comedor 4 personas	130,00	1.300,00
01	Muebles de cocina	500,00	500,00
01	Counter atención al cliente	1.000,00	1.000,00
03	Escritorios	187,00	561,00
03	Sillas giratorias	89,00	267,00
05	Archivadores	130,00	650,00
06	Sillas fijas	43,00	258,00
04	Camas de 2 plazas	80,00	320,00
12	Camas de 1.5 plazas	73,00	876,00
32	Veladores	40,00	1.280,00
Subtotal mobiliario y equipos			17.619,98

Fuente: Investigación.

Elaborado: La autora.

4.10.3 REQUERIMIENTO DE MENAJE DE COCINA Y HABITACIONES

El menaje de cocina y habitaciones necesario para el desarrollo de actividades es el siguiente:

Tabla 55

REQUERIMIENTO MENAJE DE COCINA Y HABITACIONES

Cant.	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
05	Ollas grandes y pequeñas	28,30	141,50
04	Pírex	6,68	26,72
03	Juego utensillos de cocina	5,90	17,70
02	Tablas para picar	3,38	6,76
05	Tupperware	5,00	25,00
03	Sartenes	10,80	32,40
02	Jarras Plásticas 2 litros	4,05	8,10
02	Basureros	13,38	26,76
02	Ollas pequeñas	13,06	26,12
40	Vasos de cristal	0,60	24,00
10	Vajillas de cerámica 4 personas	25,46	254,60
03	Juegos de manteles	23,00	69,00
40	Juegos de cubiertos	1,20	48,00
24	Juegos de sábanas 1,5 plazas	14,00	336,00
08	Juegos de sábanas 2 plazas	15,00	120,00
32	Cobertores	32,00	1.024,00
32	Almohadas	4,20	134,40
04	Colchones 1,5 plazas	100,00	400,00
12	Colchones 2 plazas	75,00	900,00
12	Cobijas 1.5 plazas	15,00	180,00
08	Cobijas 2 plazas	19,00	152,00
Subtotal menaje de cocina y habitaciones			3.953,06

Fuente: Investigación.

Elaborado: La autora.

4.10.4 REQUERIMIENTO DE VEHÍCULOS

La inversión en vehículos es la siguiente:

Tabla 56
REQUERIMIENTO DE VEHÍCULOS

Cant.	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
01	Camioneta	22.000,00	22.000,00
Subtotal vehículos			22.000,00

Fuente: Investigación.

Elaborado: La autora.

4.10.5 REQUERIMIENTO EQUIPO DE CÓMPUTO

El equipo de cómputo requerido se detalla a continuación:

Tabla 57
REQUERIMIENTO EQUIPO DE CÓMPUTO

Cant.	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
04	Computadores escritorio	635,00	2.540,00
01	Computador portátil	1.100,00	1.100,00
02	Impresoras térmicas	209,00	418,00
03	Impresoras	230,00	690,00
Subtotal equipo de cómputo			4.748,00

Fuente: Investigación.

Elaborado: La autora.

4.10.6 REQUERIMIENTO SOFTWARE CONTABLE

Para el registro de información y datos es necesario un sistema contable:

Tabla 58

REQUERIMIENTO SOFTWARE CONTABLE

Cant.	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
01	Software contable	2.500,00	2.500,00
Subtotal software contable			2.500,00

Fuente: Investigación.

Elaborado: La autora.

4.10.7 REQUERIMIENTO SEMOVIENTES

Para prestar los servicios de esparcimiento es necesario realizar la compra de caballos:

Tabla 59

REQUERIMIENTO DE ACTIVOS BIOLÓGICOS

Cant.	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
03	Caballos	6.000,00	18.000,00
Subtotal semovientes			18.000,00

Fuente: Investigación.

Elaborado: La autora.

4.11 GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN

Los gastos de constitución son desembolsos obligatorios que se deben realizar para la creación de la hostería y cumplir con la normativa vigente:

Tabla 60
GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN

Detalle	Valor
Organización y constitución	3.000,00
Total gastos organización y constitución	3.000,00

Fuente: Investigación.

Elaborado: La autora.

4.12 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es el recurso económico necesario para ejecutar las actividades con normalidad a corto plazo para el presente proyecto se ha considerado un valor de \$ 50.000 para un período de 3 meses, el mismo que servirá para el pago de sueldos, obligaciones financieras y compra de insumos para la preparación de alimentos.

Tabla 61
CAPITAL DE TRABAJO

Detalle	Valor
Capital de trabajo	50.000,00
Total capital de trabajo	50.000,00

Fuente: Investigación.

Elaborado: La autora.

4.13 INVERSIÓN TOTAL

La inversión requerida para la ejecución del proyecto se detalla a continuación:

Tabla 62
INVERSIÓN TOTAL

Activos fijos		233.736,04
Inmuebles e infraestructura	164.915,00	
Mobiliario y equipos	17.619,98	
Menaje	3.953,06	
Vehículos	22.000,00	
Equipo de cómputo	4.748,00	
Semovientes	18.000,00	
Software contable	<u>2.500,00</u>	
Activos diferidos		3.000,00
Gastos de constitución	<u>3.000,00</u>	
Capital de trabajo		50.000,00
Capital de trabajo	<u>50.000,00</u>	
Total Inversión		286.736,04

Elaborado: La autora.

4.14 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

De la inversión requerida el 40% será financiado por el Sistema Financiero y el 60% será financiado con recursos propios.

Tabla 63
FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Detalle	Porcentaje	Valor
Inversión Propia	60%	172.041,62
Inversión IFIS	40%	114.694,42
Total	100%	286.736,04

Elaborado: La autora.

4.15 AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Tabla 64
AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Pago	Saldo Inicial	Pago Programado	Interés	Capital	Saldo Final
1	114.694,42	2.504,04	1.068,57	1.435,47	113.258,95
2	113.258,95	2.504,04	1.055,20	1.448,84	111.810,11
3	111.810,11	2.504,04	1.041,70	1.462,34	110.347,77
4	110.347,77	2.504,04	1.028,07	1.475,97	108.871,80
5	108.871,80	2.504,04	1.014,32	1.489,72	107.382,08
6	107.382,08	2.504,04	1.000,44	1.503,60	105.878,48
7	105.878,48	2.504,04	986,43	1.517,61	104.360,87
8	104.360,87	2.504,04	972,30	1.531,74	102.829,13
9	102.829,13	2.504,04	958,02	1.546,02	101.283,11
10	101.283,11	2.504,04	943,62	1.560,42	99.722,69
11	99.722,69	2.504,04	929,08	1.574,96	98.147,73
12	98.147,73	2.504,04	914,41	1.589,63	96.558,10
13	96.558,10	2.504,04	899,60	1.604,44	94.953,66
14	94.953,66	2.504,04	884,65	1.619,39	93.334,27
15	93.334,27	2.504,04	869,56	1.634,48	91.699,79
16	91.699,79	2.504,04	854,34	1.649,70	90.050,09
17	90.050,09	2.504,04	838,97	1.665,07	88.385,02
18	88.385,02	2.504,04	823,45	1.680,59	86.704,43
19	86.704,43	2.504,04	807,80	1.696,24	85.008,19
20	85.008,19	2.504,04	791,99	1.712,05	83.296,14
21	83.296,14	2.504,04	776,04	1.728,00	81.568,14
22	81.568,14	2.504,04	759,94	1.744,10	79.824,04
23	79.824,04	2.504,04	743,69	1.760,35	78.063,69
24	78.063,69	2.504,04	727,29	1.776,75	76.286,94
25	76.286,94	2.504,04	710,74	1.793,30	74.493,64
26	74.493,64	2.504,04	694,03	1.810,01	72.683,63
27	72.683,63	2.504,04	677,17	1.826,87	70.856,76
28	70.856,76	2.504,04	660,15	1.843,89	69.012,87
29	69.012,87	2.504,04	642,97	1.861,07	67.151,80
30	67.151,80	2.504,04	625,63	1.878,41	65.273,39
31	65.273,39	2.504,04	608,13	1.895,91	63.377,48
32	63.377,48	2.504,04	590,47	1.913,57	61.463,91
33	61.463,91	2.504,04	572,64	1.931,40	59.532,51
34	59.532,51	2.504,04	554,64	1.949,40	57.583,11
35	57.583,11	2.504,04	536,48	1.967,56	55.615,55
36	55.615,55	2.504,04	518,15	1.985,89	53.629,66
37	53.629,66	2.504,04	499,65	2.004,39	51.625,27
38	51.625,27	2.504,04	480,97	2.023,07	49.602,20

39	49.602,20	2.504,04	462,13	2.041,91	47.560,29
40	47.560,29	2.504,04	443,10	2.060,94	45.499,35
41	45.499,35	2.504,04	423,90	2.080,14	43.419,21
42	43.419,21	2.504,04	404,52	2.099,52	41.319,69
43	41.319,69	2.504,04	384,96	2.119,08	39.200,61
44	39.200,61	2.504,04	365,22	2.138,82	37.061,79
45	37.061,79	2.504,04	345,29	2.158,75	34.903,04
46	34.903,04	2.504,04	325,18	2.178,86	32.724,18
47	32.724,18	2.504,04	304,88	2.199,16	30.525,02
48	30.525,02	2.504,04	284,39	2.219,65	28.305,37
49	28.305,37	2.504,04	263,71	2.240,33	26.065,04
50	26.065,04	2.504,04	242,84	2.261,20	23.803,84
51	23.803,84	2.504,04	221,71	2.282,33	21.521,51
52	21.521,51	2.504,04	200,51	2.303,53	19.217,98
53	19.217,98	2.504,04	179,05	2.324,99	16.892,99
54	16.892,99	2.504,04	157,39	2.346,65	14.546,34
55	14.546,34	2.504,04	135,52	2.368,52	12.177,82
56	12.177,82	2.504,04	113,46	2.390,58	9.787,24
57	9.787,24	2.504,04	91,18	2.412,86	7.374,38
58	7.374,38	2.504,04	68,70	2.435,34	4.939,04
59	4.939,04	2.504,04	46,01	2.458,03	2.481,01
60	2.481,01	2.504,04	23,11	2.481,01	0,00

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado: La autora.

4.16 DEPRECIACIONES

Las depreciaciones de los activos fijos de la hostería se han determinado estableciendo el valor residual de los mismos y la vida útil de acuerdo a lo que establece la normativa tributaria.

Tabla 65
DEPRECIACIONES

Detalle	Total	Valor Residual	Importe Depreciable	Vida Útil Años	Depreciación Anual
Inmuebles e infraestructura	99.915,00	65.000,00	34.915,00	20	1.745,75
Mobiliario y equipos	17.619,98	1.000,00	16.619,98	10	1.662,00
Vehículos	22.000,00	10.000,00	12.000,00	5	2.400,00
Equipo de cómputo	4.748,00	0,00	4.748,00	3	1.582,67
Semovientes	18.000,00	0,00	18.000,00	10	1.800,00
Total	162.282,98	76.000,00	86.282,98		9.190,41

Elaborado: La autora.

4.17 AMORTIZACIONES

La amortización del sistema contable y los gastos de constitución se han calculado en función de la vida útil determinada por la administración tributaria.

Tabla 66
AMORTIZACIONES

Detalle	Valor	Vida Útil Años	Amortización Anual
Software contable	2.500,00	3	833,33
Gastos de constitución	3.000,00	5	600,00
Total	5.500,00		1.433,33

Elaborado: La autora.

4.18 DETERMINACIÓN DE COSTOS

La determinación de los costos para la prestación del servicio se realiza mediante el análisis de tres elementos: materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

4.18.1 MATERIA PRIMA DIRECTA

A continuación se detalla los materiales requeridos para la elaboración de los platos a ofertarse:

Tabla 67
MATERIA PRIMA DIRECTA

Parrilladas			
Cant	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1.815	Embutidos	3,75	6.806,25
	Carnes	5,50	9.982,50
	Papas	1,25	2.268,75
	Ensalada	1,00	1.815,00
	Especias y otros	2,00	3.630,00
Total		13,50	24.502,50
Platos Típicos			
Cant	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1.988	Carnes	6,00	11.928,00
	Papas	1,50	2.982,00
	Ensalada	1,00	1.988,00
	Especias y otros	2,50	4.970,00
	Chicha	2,50	4.970,00
Total		13,50	26.838,00
Platos Internacionales			
Cant	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
519	Entrada	3,00	1.557,00
	Mariscos	8,00	4.152,00
	Arroz	1,00	519,00
	Especias	2,00	1.038,00
Total		14,00	7.266,00
Hospedaje			
Cant	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
2.388	Desayuno (café, jugo, tostadas)	4,00	9.552,00
	Útiles de aseo (papel higiénico, jabón, Shampoo)	1,25	2.985,00
	Agua mineral	0,50	1.194,00
Total		5,75	13.731,00
Esparcimiento			
Cant	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
4.663	Break (botella de agua, sanduche, batido)	3,50	16.320,50
Total		3,50	16.320,50
Total			88.658,00

Elaborado: La autora.

Los costos totales de materia prima por cada uno de los servicios ofertados en la hostería se han determinado realizando los siguientes cálculos de la demanda insatisfecha de 11.373 personas el 38% es decir 4.322 personas prefieren los servicios de alimentación de las cuales el 42% prefiere consumir parrilladas, el 46% platos típicos y 12% los platos internacionales.

Los costos de hospedaje y esparcimiento se determinan al multiplicar la demanda insatisfecha 11.373 por el porcentaje de aceptación del servicio 21% hospedaje y 41% esparcimiento.

Tabla 68
RESUMEN MATERIA PRIMA DIRECTA

Detalle	Preferencia	Cant.	Costo	Valor Total
Parrilladas	42%	1.815	13,50	24.502,50
Platos Típicos	46%	1.988	13,50	26.838,00
Platos Internacionales	12%	519	14,00	7.266,00
Hospedaje	21%	2.388	5,75	13.731,00
Esparcimiento	41%	4.663	3,50	16.320,50
Total		11.373,00		88.658,00

Elaborado la autora.

4.18.2 MANO DE OBRA DIRECTA

El personal requerido para cubrir las actividades de la hostería y satisfacer las necesidades de los clientes se detalla a continuación:

Tabla 69
MANO DE OBRA DIRECTA

Detalle	Chef	Ayudantes de cocina	Meseros y posilleros	Camareros	Total
Cant.	1	2	3	2	8
Sueldo	7.200,00	9.600,00	12.744,00	8.496,00	38.040,00
Aporte Patronal	874,80	1.166,40	1.548,40	1.032,26	4.621,86
Décimo Tercer Sueldo	600,00	800,00	1.062,00	708,00	3.170,00
Décimo Cuarto Sueldo	354,00	708,00	1.062,00	708,00	2.832,00
Vacaciones	300,00	400,00	531,00	354,00	1.585,00
Total	9.328,80	12.674,40	16.947,40	11.298,26	50.248,86

Elaborado: La autora.

4.18.3 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Los costos adicionales para cumplir los requerimientos del servicio son los siguientes:

Tabla 70
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

Detalle	Costo	Valor Total
Servicios básicos		
Agua Potable	140,00	1.680,00
Energía Eléctrica	110,00	1.320,00
Teléfono - Internet	70,00	840,00
Suministros de limpieza		
Detergente	60,00	720,00
Desinfectante	30,00	360,00
Jabón	40,00	480,00
Papel higiénico	90,00	1.080,00
Shampoo	30,00	360,00
Depreciaciones	138,50	1.662,00
Total		8.502,00

Elaborado: La autora.

4.18.4 TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN

Tabla 71

RESUMEN COSTOS DE PRODUCCIÓN

Detalle	Total
Materia prima directa	88.658,00
Mano de obra directa	50.248,86
Costos indirectos de producción	8.502,00
Total	147.408,86

Elaborado: La autora.

4.19 DETERMINACIÓN DE GASTOS

Los gastos son desembolsos que disminuyen la rentabilidad generada durante el ejercicio económico, los mismos que se realizan para el desarrollo de las actividades de la organización.

4.19.1 SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO

El gasto por pago al personal administrativo de la hostería y los beneficios sociales de los mismos se detalla a continuación.

Tabla 72

SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO

Detalle	Gerente	Contador	Auxiliar Contabilidad	Cajera	Guardia	Total
Cant.	1	1	1	1	1	5
Sueldo	7.200,00	6.000,00	4.800,00	4.248,00	4.248,00	26.496,00
Aporte Patronal	874,80	729,00	583,20	516,13	516,13	3.219,26
Décimo Tercer Sueldo	600,00	500,00	400,00	354,00	354,00	2.208,00
Décimo Cuarto Sueldo	354,00	354,00	354,00	354,00	354,00	1.770,00
Vacaciones	300,00	250,00	200,00	177,00	177,00	1.104,00
Total	9.328,80	7.833,00	6.337,20	5.649,13	5.649,13	34.797,26

Elaborado: La autora.

4.19.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Las funciones del personal administrativo deben ser eficientes y oportunas para lo cual se debe asignar los recursos necesarios para un correcto desenvolvimiento de funciones, estos gastos son:

Tabla 73
GASTOS ADMINISTRATIVOS

Detalle	Costo	Valor Total
Servicios básicos	60,00	720,00
Suministros de oficina	80,00	960,00
Depreciaciones	627,37	7.528,42
Amortizaciones	119,44	1.433,33
Combustible	120,00	1.440,00
Gastos varios	50,00	600,00
Total		12.681,75

Elaborado: La autora.

4.19.3 GASTOS DE VENTA

La publicidad es un factor que influye para promocionar los servicios que se ofertan y de esta manera llegar a un mercado más amplio para lo cual se debe aplicar estrategias de publicidad y asignar los recursos necesarios para poder ejecutarlas.

Tabla 74
GASTOS DE VENTA

Detalle	Costo	Valor Total
Publicidad	120,00	1.440,00
Total		1.440,00

Elaborado: La autora.

4.19.4 TOTAL GASTOS

Tabla 75
TOTAL GASTOS

Detalle	Valor Total
Sueldos personal administrativo	34.797,26
Gastos administrativos	12.681,75
Gastos de venta	1.440,00
Total	48.919,01

Elaborado: La autora.

4.20 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

Tabla 76
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

COSTOS

COSTO DE VENTAS		147.408,86
Materia prima directa	88.658,00	
Mano de obra directa	50.248,86	
Costos indirectos de producción	8.502,00	

GASTOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS		59.391,17
Sueldos	26.496,00	
Aporte Patronal	3.219,26	
Décimo Tercer Sueldo	2.208,00	
Décimo Cuarto Sueldo	1.770,00	
Vacaciones	1.104,00	
Servicios básicos	720,00	
Suministros de oficina	960,00	
Depreciaciones	7.528,42	
Amortizaciones	1.433,33	
Combustible	1.440,00	
Gastos varios	600,00	
Gasto interés	11.912,16	
GASTOS DE VENTA		1.440,00
Publicidad	1.440,00	

Total costos y gastos	208.240,03
------------------------------	-------------------

Elaborado: La autora.

4.21 INGRESOS DEL PROYECTO

Los ingresos son los recursos que recibirá la entidad por la venta de los servicios a un determinado precio, los mismos que serán reflejados en el estado de resultados al final del ejercicio económico.

El precio de venta de los servicios ofertados se determinó de acuerdo a las encuestas realizadas los mismos que se muestran a continuación:

Tabla 77
INGRESOS DEL PROYECTO

Detalle	Preferencia	Cant.	P. Unitario	Total
Alimentación	38%	4.322	20,00	86.440,00
Hospedaje	21%	2.388	38,00	90.744,00
Esparcimiento	41%	4.663	20,00	93.260,00
Total	100%	11.373		270.444,00

Elaborado: La autora.

CAPÍTULO V

ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1 INTRODUCCIÓN

En este capítulo se analiza la información financiera de ingresos, costos y gastos, fuentes de financiamiento con el objetivo de determinar si la inversión a realizarse generará rentabilidad, además se proyectará los estados financieros para determinar la factibilidad en la implementación de del presente proyecto.

5.2 OBJETIVO GENERAL

Realizar el Estudio Económico Financiero del proyecto con la finalidad de determinar la viabilidad del proyecto.

5.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Realizar las proyecciones de ingresos y gastos del proyecto para determinar la factibilidad en la ejecución del proyecto.
- ✓ Analizar los estados financieros para determinar la rentabilidad que generará el proyecto.
- ✓ Analizar los índices de Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, la Relación Costo – Beneficio y Punto de Equilibrio para determinar si la inversión a realizarse generará la rentabilidad esperada.

5.4 INGRESOS PROYECTADOS

La proyección de ingresos se realiza de acuerdo a la demanda insatisfecha y al precio de venta de los servicios establecidos en el estudio de mercado, el incremento

anual del costo se realizará en base al índice de inflación de los últimos 7 años que corresponde al 4,63%.

Tabla 78
INGRESOS PROYECTADOS

Año	2016	2017	2018	2019	2020
Demanda insatisfecha	11.373	14.336	17.803	21.848	26.559
Alimentación	4.322	5.448	6.765	8.302	10.092
P. Unitario	20,00	20,93	21,89	22,91	23,97
Total alimentación	86.440,00	114.026,64	148.085,85	190.198,82	241.905,24
Hospedaje	2.388	3.011	3.739	4.588	5.577
P. Unitario	38,00	39,76	41,60	43,53	45,54
Total hospedaje	90.744,00	119.717,36	155.542,40	199.715,64	253.976,58
Esparcimiento	4.663	5.878	7.299	8.958	10.889
P. Unitario	20,00	20,93	21,89	22,91	23,97
Total esparcimiento	93.260,00	123.026,54	159.775,11	205.227,78	261.009,33
Total ingresos proyectados	270.444,00	356.770,54	463.403,36	595.142,24	756.891,15

Elaborado: La autora.

5.5 COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS

Los costos y gastos representan desembolsos que se realizan para ofertar los servicios estos son proyectados en base al índice de inflación anual de los últimos 7 años que corresponde al 4,63%.

Tabla 79
MATERIA PRIMA PROYECTADA

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020
ALIMENTACIÓN					
Demanda insatisfecha	4.322	5.448	6.765	8.302	10.092
Parrilladas	1.815	2.288	2.841	3.487	4.239
P. Unitario	13,50	14,13	14,78	15,46	16,18
Total platos típicos	24.502,50	32.329,44	41.989,98	53.909,02	68.587,02
Platos típicos	1.988	2.506	3.112	3.819	4.642
P. Unitario	13,50	14,13	14,78	15,46	16,18
Total parrilladas	26.838,00	35.409,78	45.995,36	59.041,74	75.107,56
Platos internacionales	519	654	812	996	1.211
P. Unitario	14,00	14,65	15,33	16,04	16,78
Total platos internacionales	7.266,00	9.581,10	12.447,96	15.975,84	20.320,58
HOSPEDAJE					
Demanda	2.388	3.011	3.739	4.588	5.577
P. Unitario	5,75	6,02	6,29	6,59	6,89
Total hospedaje	13.731,00	18.126,22	23.518,31	30.234,92	38.425,53
ESPARCIMIENTO					
Demanda	4.663	5.878	7.299	8.958	10.889
P. Unitario	3,50	3,66	3,83	4,01	4,19
Total esparcimiento	16.320,50	21.513,48	27.955,17	35.921,58	45.624,91
Total Materia Prima	88.658,00	116.960,02	151.906,78	195.083,10	248.065,60

Elaborado: La autora.

La proyección de la mano de obra directa se realiza según el incremento del salario en los últimos 7 años el cual corresponde a un progresión del 8,52%.

Tabla 80
MANO DE OBRA DIRECTA PROYECTADA

Año	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldo	38.040,00	41.281,01	44.798,15	48.614,95	52.756,95
Aporte Patronal	4.621,86	5.015,64	5.442,98	5.906,72	6.409,97
Décimo Tercer Sueldo	3.170,00	3.440,08	3.733,18	4.051,25	4.396,41
Décimo Cuarto Sueldo	2.832,00	3.073,29	3.335,13	3.619,28	3.927,65
Vacaciones	1.585,00	1.720,04	1.866,59	2.025,62	2.198,21
Fondos de reserva	0,00	3.440,08	3.733,18	4.051,25	4.396,41
Total	50.248,86	57.970,15	62.909,20	68.269,07	74.085,59

Elaborado: La autora.

Los costos indirectos de producción se proyectan de acuerdo al índice de inflación de los últimos años el mismo que tiene un valor de 4,63%.

Tabla 81
COSTOS INDIRECTOS PRODUCCIÓN PROYECTADOS

Año	2016	2017	2018	2019	2020
Servicios básicos					
Agua Potable	1.680,00	1.757,78	1.839,17	1.924,32	2.013,42
Energía Eléctrica	1.320,00	1.381,12	1.445,06	1.511,97	1.581,97
Teléfono - Internet	840,00	878,89	919,58	962,16	1.006,71

Suministros de limpieza					
Detergente	720,00	753,34	788,22	824,71	862,89
Desinfectante	360,00	376,67	394,11	412,35	431,45
Jabón	480,00	502,22	525,48	549,81	575,26
Papel higiénico	1.080,00	1.130,00	1.182,32	1.237,06	1.294,34
Shampoo	360,00	376,67	394,11	412,35	431,45
Depreciaciones	1.662,00	1.662,00	1.662,00	1.662,00	1.662,00
Total	8.502,00	8.818,69	9.150,05	9.496,74	9.859,49

Elaborado: La autora.

Los sueldos del personal administrativo se proyectan considerando el porcentaje de incremento de salarios de los últimos años, el porcentaje de incremento es del 8,52%.

Tabla 82
SUELDOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS

Año	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldo	26.496,00	28.753,46	31.203,25	33.861,77	36.746,79
Aporte Patronal	3.219,26	3.493,55	3.791,20	4.114,21	4.464,74
Décimo Tercer Sueldo	2.208,00	2.396,12	2.600,27	2.821,81	3.062,23
Décimo Cuarto Sueldo	1.770,00	1.920,80	2.084,46	2.262,05	2.454,78
Vacaciones	1.104,00	1.198,06	1.300,14	1.410,91	1.531,12
Fondos de reserva	0,00	2.396,12	2.600,27	2.821,81	3.062,23
Total	34.797,26	40.158,11	43.579,58	47.292,56	51.321,89

Elaborado: La autora.

Los gastos administrativos se proyectan según la tasa de inflación la misma que tiene un valor de 4,63%.

Tabla 83
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN PROYECTADOS

Año	2016	2017	2018	2019	2020
Servicios básicos	720,00	753,34	788,22	824,71	862,89
Suministros de oficina	960,00	1.004,45	1.050,95	1.099,61	1.150,53
Depreciaciones	7.528,42	7.528,42	7.528,41	5.945,75	5.945,75
Amortizaciones	1.433,33	1.433,33	1.433,34	600,00	600,00
Combustible	1.440,00	1.506,67	1.576,43	1.649,42	1.725,79
Gastos varios	600,00	627,78	656,85	687,26	719,08
Total	12.681,75	12.853,99	13.034,20	10.806,75	11.004,04

Elaborado: La autora.

Los gastos de venta se proyectan según el índice de inflación 4,63% de los últimos años.

Tabla 84
GASTOS DE VENTA PROYECTADOS

Año	2016	2017	2018	2019	2020
Publicidad	1.440,00	1.506,67	1.576,43	1.649,42	1.725,79
Total	1.440,00	1.506,67	1.576,43	1.649,42	1.725,79

Elaborado: La autora.

5.6 ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS

El estado de resultados es un informe financiero que permite determinar la rentabilidad o pérdida de las operaciones realizadas por una entidad en un determinado periodo, a continuación se presenta la proyección de ingresos costos y gastos que permitan evaluar la viabilidad del proyecto.

En los estados de resultados proyectados a continuación no se realiza el cálculo correspondiente al Impuesto a la Renta debido a que en el Código de la Producción, Libro VI, Disposiciones Reformatorias, Art. 9.1 establece lo siguiente:

“Art. 9.1.- Exoneración de pago del Impuesto a la Renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas.- Las sociedades que se constituyan a partir de la vigencia del Código de la Producción así como también las sociedades nuevas que se constituyeren por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas y productivas, gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión.

Para efectos de la aplicación de lo dispuesto en este artículo, las inversiones nuevas y productivas deberán realizarse fuera de las jurisdicciones urbanas del Cantón Quito o del Cantón Guayaquil, y dentro de los siguientes sectores económicos considerados prioritarios para el Estado:

- a. Producción de alimentos frescos, congelados e industrializados;
- b. Cadena forestal y agroforestal y sus productos elaborados;
- c. Metalmecánica;
- d. Petroquímica;
- e. Farmacéutica;
- f. Turismo;
- g. Energías renovables incluida la bioenergía o energía a partir de biomasa;
- h. Servicios Logísticos de comercio exterior;
- i. Biotecnología y Software aplicados; y,

j. Los sectores de sustitución estratégica de importaciones y fomento de exportaciones, determinados por el Presidente de la República.

El mero cambio de propiedad de activos productivos que ya se encuentran en funcionamiento u operación, no implica inversión nueva para efectos de lo señalado en este artículo.

En caso de que se verifique el incumplimiento de las condiciones necesarias para la aplicación de la exoneración prevista en este artículo, la Administración Tributaria, en ejercicio de sus facultades legalmente establecidas, determinará y recaudará los valores correspondientes de impuesto a la renta, sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar.

No se exigirá registros, autorizaciones o requisitos de ninguna otra naturaleza distintos a los contemplados en este artículo, para el goce de este beneficio.

Tabla 85
ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS

	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS					
Ventas	270.444,00	356.770,54	463.403,36	595.142,24	756.891,15
COSTO DE VENTAS					
Costo de ventas	147.408,86	183.748,86	223.966,03	272.848,91	332.010,68
UTILIDAD OPERACIONAL	123.035,14	173.021,68	239.437,33	322.293,33	424.880,47
GASTOS					
Gastos Administrativos	59.391,17	62.789,42	64.004,98	62.823,51	64.069,12
Gastos de Venta	1.440,00	1.506,67	1.576,43	1.649,42	1.725,79
Gastos de Constitución	3.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES DE PART. LABORAL	59.203,97	108.725,59	173.855,92	257.820,40	359.085,56
15% Participación Trabajadores	8.880,59	16.308,84	26.078,39	38.673,06	53.862,83
UTILIDAD NETA	50.323,37	92.416,75	147.777,53	219.147,34	305.222,73

Elaborado: La autora.

5.7 ESTADOS DE FLUJO DE CAJA PROYECTADOS

El estado de flujo de caja permite evaluar la liquidez de una empresa a un periodo determinado, con la finalidad de proveer información relevante de los ingresos y egresos de la entidad.

Dentro de la organización el estado de flujo de caja es una herramienta para los administradores, inversionistas, acreedores y otros mediante la cual se puede:

- ✓ Identificar la capacidad de para generar flujos de efectivo positivos.
- ✓ Determinar la necesidad de requerir financiamiento.
- ✓ Control del efectivo de la entidad.

Al determinar la capacidad de la empresa para generar efectivo permitirá evaluar el cumplimiento de las obligaciones contraídas así como realizar inversiones a corto plazo, el análisis de los estados financieros permite establecer lineamientos y políticas que contribuyan al uso eficiente de los recursos.

Tabla 86

ESTADOS DE FLUJO DE CAJA PROYECTADOS

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
INVERSIÓN						
Propia	-172.041,62					
Terceros	-114.694,42					
INGRESOS						
Utilidad antes PL.		59.203,97	108.725,59	173.855,92	257.820,40	359.085,56
Depreciaciones.		9.190,42	9.190,42	9.190,41	7.607,75	7.607,75
Amortizaciones		1.433,33	1.433,33	1.433,34	600,00	600,00
Ingresos de Efectivo		69.827,72	119.349,34	184.479,67	266.028,15	367.293,31
EGRESOS						
Pago Préstamo		18.136,32	20.271,16	22.657,28	25.324,29	28.305,37
Participación Laboral		8.880,59	16.308,84	26.078,39	38.673,06	53.862,83
Egresos de efectivo		27.016,91	36.580,00	48.735,67	63.997,35	82.168,20
FLUJO OPERACIONAL		42.810,80	82.769,34	135.744,00	202.030,80	285.125,11
FLUJO NETO DE CAJA	-286.736,04	-243.925,24	-161.155,90	-25.411,90	176.618,91	461.744,02

Elaborado: La autora.

5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera permite determinar la viabilidad de implementación del proyecto, para lo cual se utilizará dos métodos de evaluación que son VAN y TIR.

Para el cálculo del Valor Actual Neto se debe determinar la Tasa de Rendimiento la misma que determina la utilidad que se obtiene de la inversión promedio.

Este indicador se calcula mediante una tasa de redescuento o rendimiento medio la misma que se obtiene a través de la siguiente fórmula:

$$TRM = (1 + CK) (1 + INF) - 1$$

Donde:

TRM = Tasa de rendimiento medio.

CK = Costo de oportunidad.

INF = Inflación

$$TRM = (1 + CK) (1 + INF) - 1$$

$$TRM = (1+0,0710) (1+0,0461) -1$$

$$TRM = 12,03\%$$

5.8.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto es un método que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros que se originan por la inversión.

El cálculo del VAN se realiza aplicando la siguiente fórmula:

$$VAN = -I + \sum \frac{FN}{(1+i)^n}$$

Donde:

VAN = Valor actual neto.

FN = Flujos netos de caja.

I = Inversión.

i = Tasa de redescuento.

n = Vida útil del proyecto.

Tabla 87
VALOR ACTUAL NETO

AÑO	FLUJO	TASA	TOTAL
0	-286.736,04		-286.736,04
1	42.810,80	1,1203000000000000	38.213,69
2	82.769,34	1,2550720900000000	65.947,88
3	135.744,00	1,40605726242700	96.542,30
4	202.030,80	1,57520595109697	128.256,76
5	285.125,11	1,76470322701393	161.571,14
	748.480,06	VAN =	203.795,72

Elaborado: La autora.

El cálculo del VAN tiene un resultado mayor a cero lo cual demuestra que el proyecto es viable.

5.8.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es un indicador que permite evaluar si la inversión a realizarse es viable, la TIR es la tasa de descuento que iguala el valor de los flujos de efectivo a cero.

La evaluación del proyecto se realiza en base a la Tasa Interna de Retorno, si la tasa interna de retorno es mayor que la tasa de rendimiento medio el proyecto es aceptable porque el rendimiento es mayor al mínimo requerido.

La Tasa Interna de Retorno del proyecto es de 31%, según lo expresado anteriormente el proyecto es viable ya que la TIR es un valor mayor a la tasa de rendimiento medio que es de 12,03%.

5.8.3 RELACIÓN COSTO – BENEFICIO

Este indicador permite evaluar la relación entre los costos y beneficios de un proyecto.

Tasa de rendimiento medio 12,03%

Tabla 88
RELACIÓN COSTO - BENEFICIO

Año	Ingresos	Egresos	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
2016	270.444,00	211.240,03	241.403,20	188.556,67
2017	356.770,54	248.044,95	284.262,99	197.634,03
2018	463.403,36	289.547,44	329.576,45	205.928,63
2019	595.142,24	337.321,84	377.818,68	214.144,59
2020	756.891,15	397.805,59	428.905,63	225.423,51
TOTAL	2.442.651,29	1.483.959,85	1.661.966,95	1.031.687,42

Elaborado: La autora.

El cálculo de la relación costo beneficio se realiza aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Egresos actualizados}}$$

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{1.661.966,95}{1.031.687,42}$$

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = 1,61$$

El cálculo de la relación costo beneficio determina que por \$ 1,00 invertido se generará una rentabilidad de \$ 0,61.

5.8.4 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Determina el periodo de tiempo en el que se recuperará la inversión inicial del proyecto.

Tabla 89
TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Año	Flujo de Caja	Flujo Acumulado
0	Inversión Inicial	-286.736,04
1	42.810,80	42.810,80
2	82.769,34	125.580,14
3	135.744,00	261.324,14
4	202.030,80	463.354,95
5	285.125,11	748.480,06

Elaborado: La autora.

De acuerdo a los flujos de caja proyectados en los 5 primeros años se determina que el tiempo de recuperación de la inversión es de 4 años 2 meses, el mismo que es un periodo razonable para recuperar la inversión ya que el monto de la inversión realizada es considerable.

5.8.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio determina el nivel de ventas que cubre los costos fijos y variables, donde el beneficio es igual a cero es decir la no existe una utilidad o pérdida.

A continuación se presenta el punto de equilibrio por cada uno de los servicios que se ofertan:

Punto de equilibrio:

Tabla 90

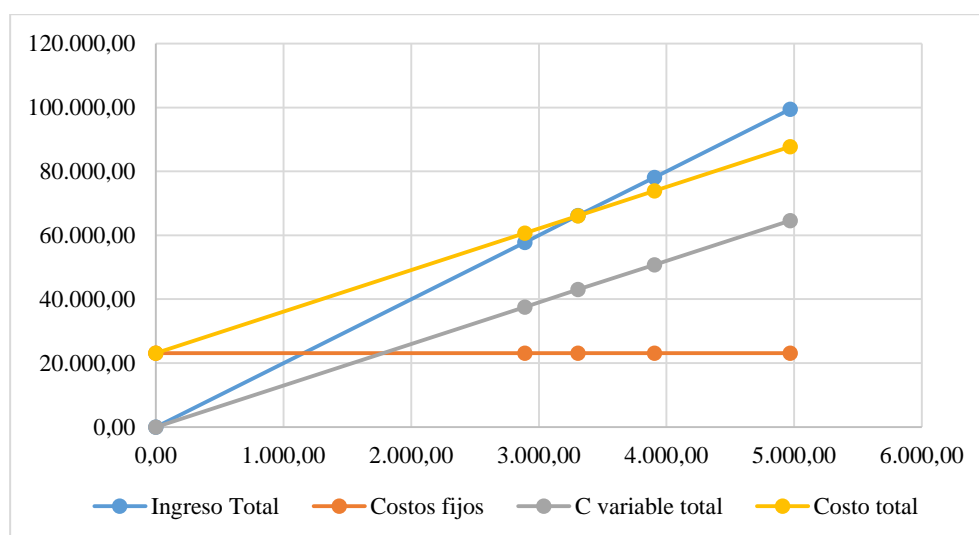
PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO DE ALIMENTACION

Costos fijos	23.115,85
Costos variables	56.015,37
Ventas	86.440,00
Punto de equilibrio	65.674,87

Elaborado: La autora

Gráfico 28

PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO DE ALIMENTACIÓN



Elaborado: La autora

El ingreso por ventas en el servicio de alimentación debe ser de \$ 66.168,25 los mismos que permitirán cubrir los costos fijos y variables sin generar utilidad o pérdida.

Tabla 91

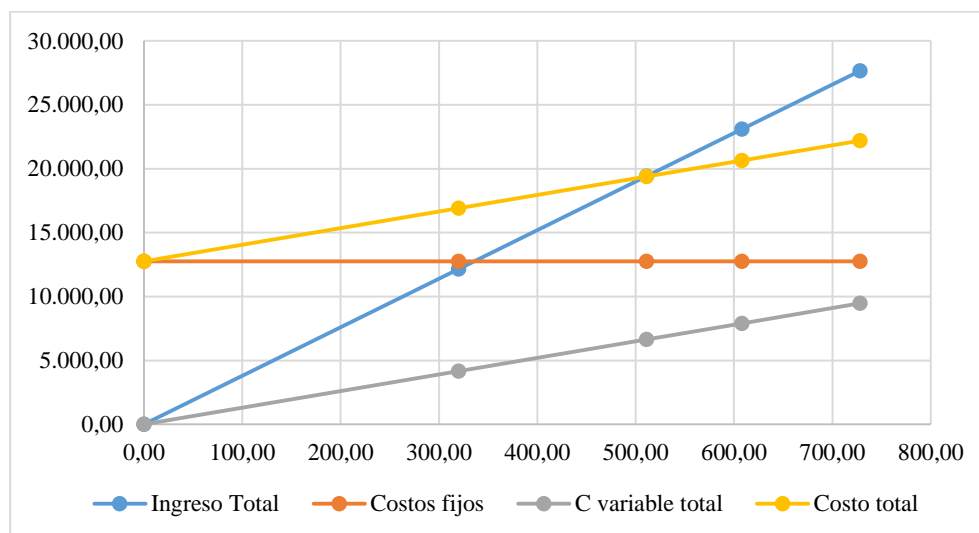
PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO DE HOSPEDAJE

Costos fijos	12.774,55
Costos variables	30.955,86
Ventas	90.744,00
Punto de equilibrio	19.388,69

Elaborado: La autora.

Gráfico 29

PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO DE HOSPEDAJE



Elaborado: La autora.

El servicio de hospedaje debe cumplir con un punto de equilibrio en ventas \$ 20.856,96 para cubrir los costos que se generan para la prestación del servicio.

Tabla 92

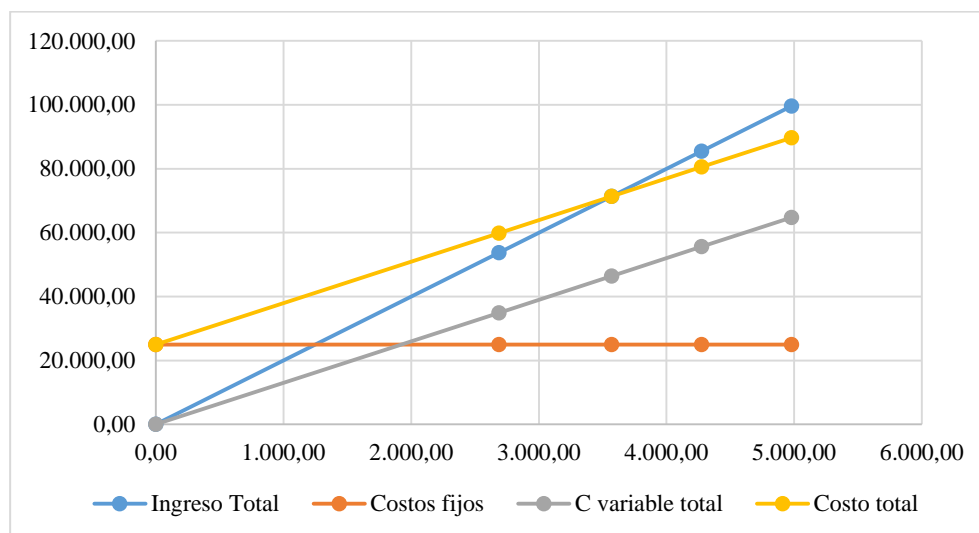
PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO DE ESPARCIMIENTO

Costos fijos	24.940,78
Costos variables	60.437,63
Ventas	93.260,00
Punto de equilibrio	70.865,62

Elaborado: La autora.

Gráfico 30

PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO DE ESPARCIMIENTO



Elaborado: La autora.

Para cubrir los costos fijos y variables incurridos para prestar el servicio de esparcimiento se debe cumplir con un monto de ventas de \$ 53.115,05 este valor no genera utilidad o pérdida.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA ESTRATÉGICA

6.1 INTRODUCCIÓN

El desarrollo de este capítulo tiene como finalidad determinar los lineamientos sobre los cuales desarrollará la entidad sus actividades, a fin de lograr un desarrollo de funciones eficiente para lograr excelencia y calidad en los servicios.

6.2 OBJETIVO GENERAL

Establecer parámetros que deben cumplirse dentro de la organización de manera que las actividades y procesos se realicen de manera eficiente y optimizando recursos.

6.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Establecer la misión, visión y objetivos de la hostería con la finalidad de determinar los objetivos de la hostería.
- ✓ Establecer el organigrama estructural de manera que se identifiquen los puestos y niveles de jerarquía de la institución.
- ✓ Realizar manuales de funciones con el objetivo de definir las actividades de cada puesto de trabajo evitando así la duplicidad de funciones.
- ✓ Determinar las estrategias empresariales, mercadológicas y financieras de la organización que colaboren a la consecución de los objetivos propuestos.

6.4 LA EMPRESA

6.4.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

La microempresa se dedicará a la prestación de servicios turísticos y tendrá como razón social:

Hostería Santa Anita



6.4.2 TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA

La Hostería será constituida legalmente como una sociedad anónima, cumpliendo con la normativa legal vigente, el giro del negocio será ofertar servicios de alimentación, hospedaje y esparcimiento, su capital está conformado de la siguiente manera 60% capital propio y 40% capital financiado por Instituciones del Sistema Financiero.

6.5 TIPO DE EMPRESA

La empresa que se implementará es de tipo servicios turísticos que se adapta para hacer que sus recursos humanos, naturales, materiales y económicos sean dirigidos adecuadamente logrando así una administración más eficiente, con el objetivo de obtener una mayor rentabilidad.

6.6 BASE FILOSÓFICA

6.6.1 MISIÓN

Hostería Santa Anita S.A. es una empresa dedicada a la prestación de servicios de hospedaje, alimentación y esparcimiento a turistas nacionales y extranjeros, brindando servicios de calidad y personalizados en instalaciones cómodas y agradables.

6.6.2 VISIÓN

Hostería Santa Anita para el año 2019 será una de las hosterías más importantes de la provincia de Imbabura, reconocida por sus excelentes servicios, instalaciones y atención exclusiva a sus distinguidos clientes, destacándonos por nuestro personal capacitado y la mejora permanente de nuestros servicios.

6.6 PRINCIPIOS

Los principios son las normas que la organización debe cumplir con la finalidad de brindar un excelente servicio para satisfacer las expectativas de los clientes.

6.6.1 CALIDAD

La calidad en el servicio ofertado es satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes mediante el desarrollo de actividades y funciones de manera eficiente.

6.6.2 TRABAJO EN EQUIPO

Es el logro de metas mediante la unión de esfuerzos lo cual demuestra el compañerismo, entusiasmo y actitud positiva obteniendo resultados favorables en el desarrollo de la organización.

6.6.3 COMPETITIVIDAD

La competitividad de la organización se basa en la satisfacción del cliente, el cumplimiento de este principio ayudará a captar un mercado más amplio y consecuentemente un mejor nivel de rentabilidad.

6.7 VALORES

Los valores son las normas de conducta que se deben fomentar, mantener y desarrollar con la finalidad de normar el comportamiento y las relaciones con los clientes y quienes conforman la entidad.

6.7.1 RESPETO

Es el fundamento para lograr una interacción social armoniosa, el personal deberá mantener consideración a los miembros que conforman la organización, proveedores y clientes manteniendo así buenas relaciones.

6.7.2 COMPAÑERISMO

El trabajo en equipo permite la consecución de objetivos de manera más fácil debido a la colaboración entre los miembros de la organización lo cual fomenta un buen ambiente de trabajo.

6.7.3 HONESTIDAD

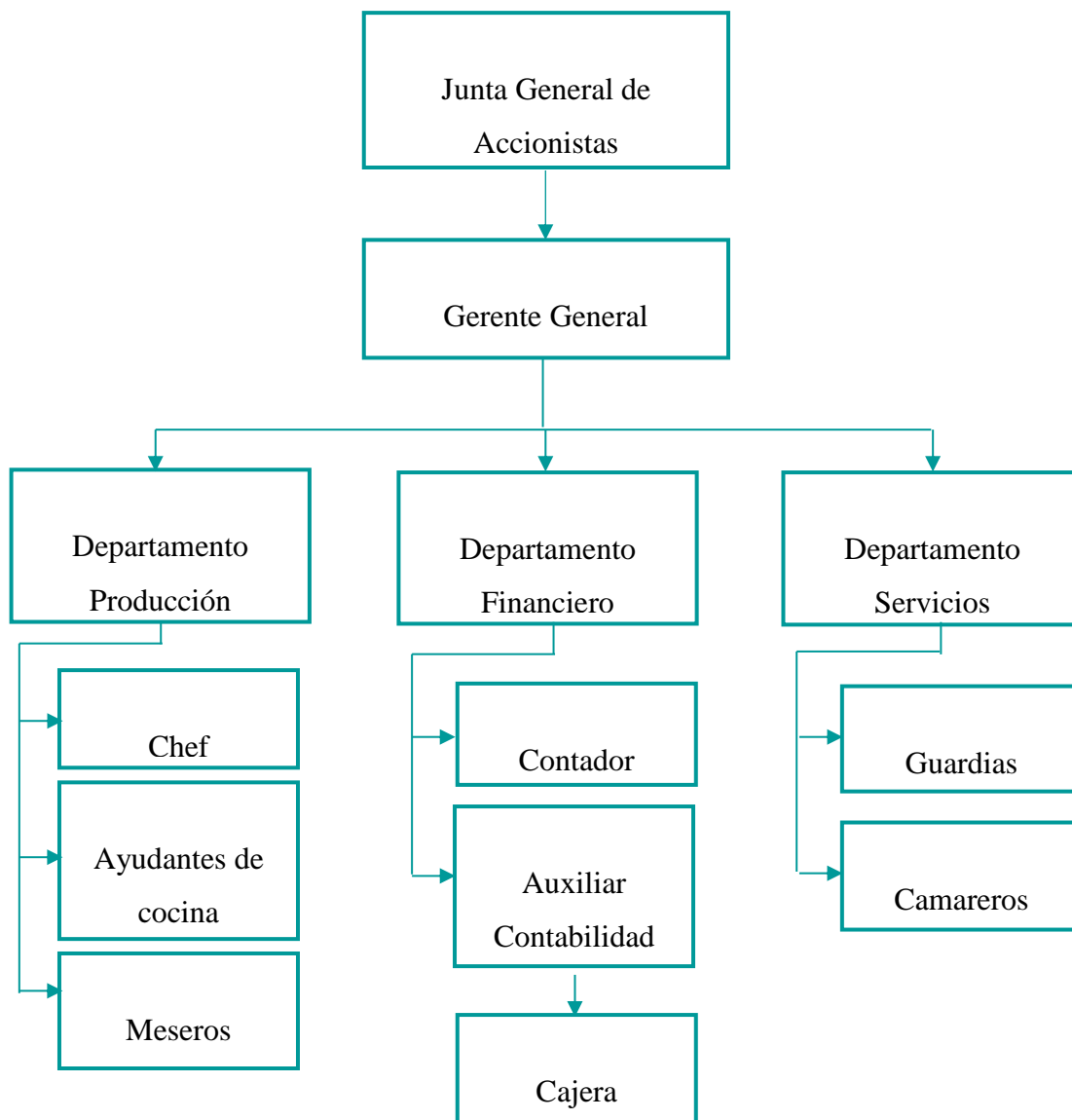
La honestidad debe mantenerse en todas las circunstancias que se presenten en la organización de manera que propicien buenas relaciones humanas, manteniendo la confianza y sinceridad.

6.7.4 PROFESIONALISMO

Este valor hace referencia al comportamiento, actitudes y efectividad en las actividades cumpliéndolas con responsabilidad y compromiso de acuerdo a los lineamientos establecidos dentro de la organización.

6.8 LA ORGANIZACIÓN

6.8.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado: La autora.

6.8.2 MANUAL DE FUNCIONES

Los manuales de funciones son herramientas administrativas que tienen como objetivo definir las actividades que debe cumplir cada uno de los trabajadores logrando así la eficiencia.

MANUAL GERENTE GENERAL

HOSTERÍA SANTA ANITA Manual de Funciones	
NOMBRE CARGO: Gerente DEPARTAMENTO: Gerencia ÁREA: Administrativa	
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO: Planificar, organizar, dirigir y evaluar la ejecución de las actividades de la empresa. Promover el desarrollo y proyección de la organización y de quienes laboran en ella, a mediano y largo plazo; procurando el mayor rendimiento posible a la inversión.	
PERFIL DEL CARGO: * Personalidad dinámica, proactiva y con capacidad de tomar decisiones. * Capacidad de comunicación para manejar relaciones internas y externas de la entidad. * Experiencia 2 años en cargos afines. PERFIL ACADEMICO: * Título de nivel superior.	
FUNCIONES * Delegar las funciones, autoridad y definir las limitaciones a los jefes departamentales para cumplir con los objetivos. * Tomar todas las medidas y acciones que fueran necesarias para dar cumplimiento con los objetivos planificados para el desarrollo de la empresa. * Determinar las políticas para la administración de sueldos y salarios. * Aprobar los cambios en el reglamento, políticas, manuales, funciones, procedimientos y disposiciones. * Velar por el buen uso de todos los recursos de la empresa. * Autorizar los pagos de las obligaciones de la empresa.	

Elaborado: La autora.

MANUAL CONTADOR

HOSTERÍA SANTA ANITA Manual de Funciones	
NOMBRE CARGO: Contador.	
DEPARTAMENTO: Contabilidad.	
ÁREA: Administrativa.	
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO: Coordinar y dirigir las actividades contables y financieras de la empresa. Velar por la eficiencia en el uso de los recursos humanos, materiales y económicos; por el cumplimiento de las leyes tributarias, laborales y societarias.	
PERFIL DEL CARGO: * Experiencia de 3 años en la dirección de actividades administrativas y financieras. * Alta capacidad de organización y dirección de personal. * Excelente nivel de comunicación para promover el mejoramiento constante. * Criterio técnico profesional para tomar decisiones. * Demostrar alto nivel de compromiso con los objetivos de la empresa.	
PERFIL ACADEMICO: * Contador Público Autorizado.	
FUNCIONES * Preparar, analizar y emitir los informes, balances y estados financieros de la empresa. * Coordinar con todas las áreas, la emisión de información para la formulación del presupuesto anual. * Evaluar el avance y cumplimiento del presupuesto. * Buscar, evaluar e informar de alternativas de inversión. * Realizar las declaraciones y balances de impuestos. * Velar por la actualización constante de los libros contables de la empresa. * Planificar y coordinar la realización de inventarios físicos. * Proponer los procedimientos y políticas de control interno. * Realizar actividades de control interno como arqueos de caja y control de los suministros. * Coordinar el registro, codificación y control de los activos fijos.	

Elaborado: La autora.

MANUAL AUXILIAR CONTABILIDAD

HOSTERÍA SANTA ANITA Manual de Funciones	
NOMBRE CARGO: Auxiliar contabilidad.	
DEPARTAMENTO: Contabilidad.	
ÁREA: Administrativa	
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO: Realizar el registro oportuno y sistemático de las operaciones económicas de la entidad, cumpliendo con los principios de contabilidad, normativa legal y tributaria vigente de manera que se obtenga información financiera real y oportuna.	
PERFIL DEL CARGO: <ul style="list-style-type: none">* Experiencia de 1 año por lo menos en actividades relacionadas.* Alta capacidad de organización.* Excelente nivel de comunicación.* Criterio técnico profesional para tomar decisiones.* Demostrar alto nivel de compromiso con los objetivos de la empresa.	
PERFIL ACADEMICO: <ul style="list-style-type: none">* Contador Público Autorizado.	
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">* Recibir, examinar, clasificar y ejecutar el registro contable de los documentos.* Archivar los documentos para su uso y control interno.* Elabora roles de pago del personal.* Verificar los cierres de caja.* Elabora cheques para realizar los pagos correspondientes.* Realizar arqueos al personal de cajas.* Mantener la información actualizada.* Controlar el cumplimiento del horario de trabajo del personal.* Apoyo al contador general.	

Elaborado: La autora.

MANUAL CAJERA

HOSTERÍA SANTA ANITA Manual de Funciones
<p>NOMBRE CARGO: Cajera.</p> <p>DEPARTAMENTO: Contabilidad.</p> <p>ÁREA: Administrativa</p>
<p>OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO:</p> <p>Garantizar las operaciones del área de cajas así como la entrega y custodia de los recursos económicos, cheques y documentos de valor. Mantener un registro actualizado de los movimientos que se realizan diariamente con las cajas.</p> <p>PERFIL DEL CARGO:</p> <ul style="list-style-type: none">* Experiencia de 1 año por lo menos en actividades relacionadas.* Alta capacidad de organización.* Excelentes relaciones interpersonales.* Demostrar alto nivel de compromiso con los objetivos de la empresa.* Capacidad de trabajo en equipo. <p>PERFIL ACADEMICO:</p> <ul style="list-style-type: none">* Bachiller en contabilidad.
<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none">* Facturación a los clientes por concepto de ventas.* Elaborar cierres de caja diarios.* Realizar los depósitos correspondientes de las ventas diarias.* Mantener organizado su lugar de trabajo.* Entrega al auxiliar los comprobantes de depósito de las ventas.* Archivo y organización de los comprobantes de venta emitidos.* Llevar un registro y control de los movimientos diarios.

Elaborado: La autora.

MANUAL CHEF

HOSTERÍA SANTA ANITA Manual de Funciones
NOMBRE CARGO: Chef. DEPARTAMENTO: Producción. ÁREA: Cocina.
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO: Supervisar, organizar y dirigir las operaciones de la cocina, en función de la misión de la empresa y buscando la satisfacción de los clientes mediante el control de los procesos y productos a emplearse en la preparación de los alimentos. PERFIL DEL CARGO: <ul style="list-style-type: none">* Experiencia de 1 año por lo menos en actividades relacionadas.* Capacidad de comunicación.* Creatividad.* Compromiso y liderazgo.* Trabajo en equipo. PERFIL ACADEMICO: <ul style="list-style-type: none">* Chef profesional.
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">* Realizar el requerimiento de insumos necesarios para la elaboración de los alimentos.* Organizar al personal a su cargo de manera que realicen sus actividades de manera eficiente.* Mantener limpio su lugar de trabajo.* Dirigir la preparación de los alimentos.* Supervisar el cumplimiento de normas sanitarias.* Supervisar la calidad y limpieza de los alimentos.* Comunicar al departamento de contabilidad los costos para determinar las variaciones de la materia prima.

Elaborado: La autora.

MANUAL AYUDANTES DE COCINA

HOSTERÍA SANTA ANITA Manual de Funciones
NOMBRE CARGO: Ayudantes de cocina. DEPARTAMENTO: Producción. ÁREA: Cocina.
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO: Apoyo en las labores de cocina y comedor en la preparación de alimentos, distribución de raciones de alimentos y bebidas cumpliendo con la normativa sanitaria garantizando un producto de calidad. PERFIL DEL CARGO: <ul style="list-style-type: none">* Experiencia de 1 año por lo menos en actividades relacionadas.* Trabajo bajo presión.* Trabajo en equipo.* Habilidad de comunicación.* Creatividad. PERFIL ACADEMICO: <ul style="list-style-type: none">* Conocimientos en Hotelería y Turismo.
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">* Realiza las tareas asignadas por el chef.* Mantiene limpio el lugar de trabajo.* Colabora en la distribución de raciones.* Ayuda en la preparación de alimentos y bebidas.* Informa al chef la falta de insumos para la preparación de alimentos.* Lavar los alimentos para su posterior preparación.* Preparar los materiales necesarios para la realización de actividades.* Recibir los insumos adquiridos y organizarlos de manera adecuada.* Controlar las existencias que se encuentran bajo su responsabilidad.

Elaborado: La autora.

MANUAL MESEROS

HOSTERÍA SANTA ANITA Manual de Funciones	
NOMBRE CARGO: Mesero.	
DEPARTAMENTO: Producción.	
ÁREA: Cocina.	
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO: Atender a los clientes y proporcionarles un lugar limpio y arreglado en donde ellos puedan disfrutar de un tiempo de comida en un ambiente agradable, familiar y tranquilo.	
PERFIL DEL CARGO: <ul style="list-style-type: none">* Experiencia de 6 meses por lo menos en actividades relacionadas.* Excelentes relaciones interpersonales.* Facilidad de comunicación.* Trabajo bajo presión.* Trabajo en equipo.	
PERFIL ACADEMICO: <ul style="list-style-type: none">* Bachiller.* Conocimientos de inglés básico.	
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">* Mantener limpio las mesas, sillas y el área de restaurante.* Atender las necesidades del cliente.* Realizar las órdenes de consumo de los clientes.* Reportar cualquier irregularidad.* Limpiar el lugar donde se sirven los alimentos los clientes.* Verificar los pedidos de los clientes.* Organizar los utensillos en las mesas.	

Elaborado: La autora.

MANUAL CAMAREROS

HOSTERÍA SANTA ANITA Manual de Funciones
NOMBRE CARGO: Camareros. DEPARTAMENTO: Servicios. ÁREA: Habitaciones.
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO: Mantener la limpieza en las habitaciones utilizando los materiales de trabajo de manera adecuada, y controlar la lencería y bienes de las habitaciones. PERFIL DEL CARGO: <ul style="list-style-type: none">* Experiencia de 2 años por lo menos en actividades relacionadas.* Compañerismo.* Trabajo en equipo.* Buenas relaciones interpersonales.* Trabajo bajo presión. PERFIL ACADEMICO: <ul style="list-style-type: none">* Bachiller.
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">* Mantener limpias las habitaciones.* Lavar y planchar el menaje de las habitaciones.* Reportar algún incidente.* Controlar la lencería y demás bienes de las habitaciones.* Llevar control de los huéspedes.* Colocar material higiénico en los sanitarios y áreas que sean requeridas.* Mantener limpios los pasillos.

Elaborado: La autora.

MANUAL GUARDIA

HOSTERÍA SANTA ANITA Manual de Funciones	
NOMBRE CARGO: Guardia.	
DEPARTAMENTO: Servicios.	
ÁREA: Seguridad.	
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO: Vigilar las instalaciones físicas, bienes de la entidad y de los clientes cumpliendo con las normas de seguridad.	
PERFIL DEL CARGO: * Experiencia de 3 meses por lo menos en actividades relacionadas. * Buenas relaciones interpersonales. * Profesionalismo. * Iniciativa. * Buena condición física.	
PERFIL ACADEMICO: * Bachiller.	
FUNCIONES * Efectuar recorridos continuos por las instalaciones de la organización. * Facilita las llaves de los salones y diferentes áreas. * Controlar la entrada y salida de vehículos, personas, materiales y equipos de la organización. * Garantizar la seguridad de las personas. * Llevar un control de los visitantes. * Mantener limpio su lugar de trabajo. * Reportar incidentes que alteren la seguridad de la entidad.	

Elaborado: La autora.

6.9 ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Las estrategias empresariales permiten el crecimiento organizacional, una correcta administración se ve reflejada en el cumplimiento de los objetivos planteados por la administración así como también la rentabilidad generada por la institución para lo cual se han establecido las siguientes estrategias que contribuyan con el desarrollo y rentabilidad de la hostería:

- ✓ Realizar capacitaciones permanentes al personal generando así un servicio de calidad y personalizado que cumpla con los requerimientos, expectativas y necesidades del cliente.
- ✓ Los insumos necesarios para desarrollar las actividades de la hostería deberán ser adquiridos a proveedores que oferten precios bajos, de calidad y entrega oportuna de los suministros.
- ✓ Establecer precios más bajos de los ofertados en la competencia manteniendo la calidad y excelencia del servicio.
- ✓ Los desechos orgánicos generados serán tratados adecuadamente para su posterior uso como abono natural disminuyendo el impacto ambiental.
- ✓ Suministrar las herramientas y materiales necesarias al personal de manera que puedan ejecutar su trabajo adecuadamente y en el tiempo oportuno.

6.10 ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS DE POSICIONAMIENTO

Las estrategias de posicionamiento se desarrollan de manera que permitan obtener una imagen distintiva en la mente del consumidor generando una ventaja competitiva mediante las siguientes estrategias:

- ✓ Realizar publicidad por los medios de comunicación con mayor nivel de aceptación a fin de dar a conocer nuestra marca y los servicios que se ofertan captando de esta manera un mayor número de clientes.
- ✓ Elaborar planes de promociones y descuentos en los servicios que oferta la hostería, obteniendo así mayor cantidad de visitas de clientes.
- ✓ Ofertar un servicio de calidad y personalizado de manera que el cliente se sienta en un ambiente agradable y lograr así la fidelización de los mismos.
- ✓ Analizar a los clientes a través de una encuesta que permita identificar los gustos, preferencias y expectativas del servicio, estableciendo lineamientos que permitan ofertar el servicio que el cliente espera.

6.11 ESTRATEGIAS FINANCIERAS

Las estrategias financieras constituyen un proceso de planificación y gestión estratégica de la hostería, se relaciona directamente con la generación de recursos necesarios para solventar las operaciones y generar mayor rentabilidad con la toma oportuna de decisiones mediante la aplicación de las siguientes estrategias:

- ✓ Analizar los costos de los servicios que se ofertan de manera que se identifique aquellos valores que pueden administrarse eficientemente.
- ✓ No mantener un stock alto de insumos ya que los productos pueden dañarse, tomando en cuenta la pérdida de ventas por escasez.

- ✓ Elaborar estados financieros mensualmente de manera que se facilite la evaluación de la situación actual de la empresa y poder tomar decisiones oportunas para generar mayor rentabilidad.
- ✓ Analizar los niveles de liquidez y solvencia con la finalidad de evitar incumplimiento de las obligaciones contraídas y la quiebra de la hostería.
- ✓ Las utilidades obtenidas deben ser reinvertidas en el mejoramiento de maquinaria e infraestructura para ofertar servicios de mayor calidad.

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS PROSPECTIVO DE IMPACTOS

7.1 ANTECEDENTES

Las consecuencias positivas o negativas que se generarán al implementar el presente proyecto deben ser analizadas de manera que permita determinar si la ejecución es viable.

El análisis de impactos se realizará mediante la matriz de evaluación que se presenta a continuación.

Tabla 93
MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS

Detalle	Calificación
Impacto alto negativo	-3
Impacto medio negativo	-2
Impacto bajo negativo	-1
No hay impacto	0
Impacto bajo positivo	1
Impacto medio positivo	2
Impacto alto positivo	3

Elaborado: La autora.

El nivel de impacto generado en el análisis se evaluará aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}}$$

7.2 IMPACTO SOCIAL

Tabla 94
IMPACTO SOCIAL

Indicador	Calificación						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación fuentes de empleo						x	
Estabilidad laboral						x	
Mejora de la calidad de vida						x	
Total	0	0	0	0	0	6	0

Elaborado: La autora.

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{6}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2$$

Impacto social evaluado demuestra que existe un aporte hacia la sociedad debido que con la implementación de nuevas fuentes de trabajo la población mejorará la calidad de vida proporcionando bienestar a la comunidad.

El turismo es una de las actividades que generan fuentes de ingreso para nuestro país, razón por la cual debe ser aprovechada adecuadamente ya que las personas se beneficiarán ya sea de manera directa o indirecta, el mejorar el nivel social de la población contribuirá al desarrollo económico del país.

7.3 IMPACTO ECONÓMICO

Tabla 95
IMPACTO ECONÓMICO

Indicador	Calificación						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Nivel de rentabilidad						x	
Inversión					x		
Desarrollo económico						x	
Endeudamiento					x		
Total	0	0	0	0	2	4	0

Elaborado: La autora.

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{6}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 1,5$$

El aporte que genera el proyecto con los habitantes del sector es de 1,5 lo cual implica la generación de fuentes de empleo la atracción de mayor cantidad de turistas al sector aspecto que favorece a otras actividades económicas como son la venta de artesanías, consumo de servicios dinamizando así la economía del sector mediante el explotación de los recursos naturales de manera responsable.

El estudio financiero del proyecto es positivo lo cual contribuye a la economía del país a través de la contribución de impuestos, contratación de personal haciendo que la economía del país tenga fortalecimiento.

7.4 IMPACTO AMBIENTAL

Tabla 96
IMPACTO AMBIENTAL

Indicador	Calificación						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Contaminación del ambiente					x		
Reciclaje							x
Manejo de desechos							x
Total	0	0	0	0	1	0	6

Elaborado: La autora.

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2,33$$

La implementación así como las actividades del proyecto se desarrollarán de manera que no ocasione efectos negativos en el medio ambiente al sufrir daños la naturaleza, flora y fauna que se posee en el país se pierde un gran potencial debido a que la biodiversidad que tiene nuestro país es el principal atractivo en mercados extranjeros.

Los residuos generados en el proceso productivo tendrán un tratamiento adecuado el mismo que se deberá aplicar cumpliendo con las normas ambientales disminuyendo así el nivel de contaminación.

CONCLUSIONES

Realizado el estudio de factibilidad para la creación de la Hostería Santa Anita en la ciudad de Cotacachi se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ✓ El diagnóstico situacional realizado en el cantón Cotacachi ha permitido determinar que existen factores positivos para la implementación de la hostería los mismos que se describen a continuación: el cantón Cotacachi es muy reconocido por los atractivos turísticos la diversidad de flora y fauna, el clima, la población los cuales constituyen aspectos favorables para el desarrollo del proyecto.
- ✓ El estudio de mercado realizado determina que la población y los turistas que visitan el cantón Cotacachi están de acuerdo con la implementación de una hostería en el sector, el análisis de las variables oferta, demanda y precios determinan que la oferta existente de servicios de hosterías es escasa existiendo un margen de demanda insatisfecha lo cual determina la existencia de una oportunidad de inversión.
- ✓ La localización del proyecto se estableció en el cantón Cotacachi provincia de Imbabura en base al análisis de factores turísticos los mismos que son de gran atracción para los turistas así como las artesanías y platos típicos del sector, el lugar de ubicación cumple con características técnicas y operativas que contribuyan al desarrollo eficiente de la Hostería, el requerimiento de infraestructura, mano de obra se ha establecido según la capacidad instalada y el presupuesto de inversión está conformado por los activos y capital de trabajo.
- ✓ En el estudio económico financiero se ha evaluado la inversión requerida para la implementación de la hostería, los indicadores financieros VAN, TIR, relación costo beneficio, periodo de recuperación de la inversión y estados financieros que determinan la factibilidad del proyecto la rentabilidad y el tiempo de recuperación es a mediano plazo.
- ✓ En el capítulo de la estructura organizacional de la hostería se ha determinado los lineamientos apropiados para la ejecución de actividades, la descripción del perfil

del personal requerido para en las diferentes áreas de trabajo y las estrategias a desarrollarse con el fin de alcanzar los objetivos planteados.

- ✓ La evaluación de impactos permitió determinar que la incidencia de la implementación del proyecto es medianamente positiva debido a que genera aportes en los aspectos económicos, sociales y ambientales del sector.

RECOMENDACIONES

- ✓ El cantón Cotacachi es muy reconocido por sus atractivos turísticos la visita de turistas cada vez incrementa en un mayor porcentaje por lo cual se recomienda la implementación del proyecto.
- ✓ Se recomienda la ejecución del proyecto debido a que la poca existencia de competencia es un factor para que la hostería en corto plazo se posicione en el mercado sea líder el mercado.
- ✓ La ubicación estratégica analizada para la implementación del proyecto debe ser aprovechada debido a que el sector tiene gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros.
- ✓ Realizar análisis permanentes de la gestión de la hostería de manera que se identifique el nivel de ingresos y costos con el objetivo de tomar decisiones oportunas y evitar riesgos de quiebra.
- ✓ La capacitación del personal debe ser permanente con el fin de desarrollar sus habilidades y ofertar un servicio de excelente calidad y satisfacer los requerimientos de los clientes.
- ✓ Aprovechar las facilidades que actualmente ofrecen las instituciones financieras públicas y el ministerio de turismo para el desarrollo de este tipo de proyectos que promuevan el desarrollo de mercado turístico del país y como consecuencia la mejora de la calidad de vida de la población.
- ✓ Los procesos que se lleven a cabo en la hostería deben ser evaluados y analizados de manera que los residuos generados sean tratados adecuadamente y así contribuir con la conservación del medio ambiente y la calidad de vida de la población.

BIBLIOGRAFÍA

(s.f.). Obtenido de <https://imbabura.wordpress.com/2010/05/28/hola-mundo/>

10tipos.com. (2015). Obtenido de 10tipos.com: <http://10tipos.com/tipos-de-turismo/>

AdminGuide. (s/f). Obtenido de AdminGuide:
<http://adminguidefca.blogspot.com/2012/03/concepto-de-manual-de-proceso.html>

Anzola, S. (2010). Administración de Pequeñas Empresas. México : Mc Graw Hill.

blogitravel. (s.f.). Obtenido de blogitravel: <http://www.blogitravel.com/2009/11/tipos-de-turismo-%C2%BFque-clases-de-turismo-existen/>

blogspot. (29 de 11 de 2012). Obtenido de blogspot:
<http://tiposdeturismo.blogspot.com/>

Borquez Zuñiga, j. (2011). El Marketing en la educacion Pública. Chile: IPLACEX.

Bravo, M. (2013). Contabilidad General. Quito: Escobar Impresores.

Bravo, m., & Ubidia, C. (2009). Contabilidad de Costos. Quito - Ecuador : Nuevodia.

curiositi. (2015). Obtenido de curiositi: <http://curiositi.info/es/tipos-de-turismo-2/>

Daft, R., & Dorothy, M. (2010). Introducción a la Administración. México: Cengage Learning Editores S.A.

De la Torre, O. (2012). Turismo Actividad Mundial. México: Trillas.

Definición. (s/f). Obtenido de Definición: <http://definicion.mx/gastos/>

DEFINICIÓN. DE. (2015). Obtenido de DEFINICIÓN. DE: DEFINICIÓN. DE

Definición.de. (2014). Obtenido de Definición.de: <http://definicion.de/plan-de-cuentas/>

definición.de. (2015). Obtenido de definición.de:
<http://definicion.de/turismo/#ixzz3eQFI5F2d>

e-conomic. (S/F de 2014). e-conomic. Obtenido de e-conomic: <https://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-pasivo>

El emprendedor. (31 de Enero de 2012). Obtenido de El emprendedor:
<http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/>

elemprendedor.ec. (31 de enero de 2012). [www. el emprendedor.ec](http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/). Obtenido de
<http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/>

empleo.gob.ec. (s/f de s/f de s/f). www.empleo.gob.ec. Obtenido de
<http://www.empleo.gob.es/es/mundo/consejerias/ecuador/trabajar/contenidos/CrearEmpresa.htm>

expansión.com. (2014). Obtenido de expansión.com:
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/patrimonio.html>

expansión.com. (2014). Obtenido de expansión.com:
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/ingreso.html>

expansión.com. (2014). Obtenido de expansión.com:
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/gasto.html>

expansión.com. (2014). Obtenido de Expansión.com:
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/activo.html>

Fernández, P. (2011). Contabilidad Financiera. España: Publicaciones Vertice.

Fierro, Á. (2011). Contabilidad General. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Fischer, L., & Espejo, J. (2011). Mercadotecnia. Mexico: Mc Graw Hill OffsetMax SA.

Flóres, J. (2010). Proyecto de Inversion para las PYMES. Bogotá: Ecoe.

Franklin, E. (2009). Organización de Empresas. México: Mc Graw Hill.

Gómez, G. (Julio de 2011). Gestipolis. Obtenido de Gestipolis: Gestipolis

Guajardo, G., & Andrade, N. (2014). Contabilidad Financiera. Mexico: El Comercio Sa.

Herrera, J. (2013). Investigacion de Mercados. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Izar, M. (2013). Ingenieria Economica y Financiera. Mexico: Trillas SA.

Kloter, P., & Armstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing. México: Pearson Education.

- Lexus. (2013). Manual de Contabilidad y Costos. Barcelona : Lexus.
- Lexus. (2013). Manual de Contabilidad y Costos. Barcelona - España: Lexus editores.
- Ministerio de Turismo. (s/f). Obtenido de Ministerio de Turismo:
<http://www.turismo.gob.ec/contribucion-del-uno-por-mil/>
- Ministerio de Turismo. (s/f). Obtenido de Ministerio de Turismo:
<https://www.youtube.com/watch?v=2RiS249nBMY>
- Nassir, S. (2011). Proyectos de Inversion Formulacion y Evaluacion. Chile: Pearson.
- Ochoa, G. (2009). Administracion Financiera. Mexico: Mc-Graw- Hill.
- Ochoa, G. (2009). Administracion Financiera. Mexico: Mc Graw Hill .
- Ortega, A. (2010). Proyectos de Inversión. México: Continental.
- Ortega, A. (2010). Proyectos de Inversión. México: Compañía Editorial Continental.
- Parking, M., Powell, M., & Matthews, K. (2013). Introducción a la Economía. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Plan Contable. (2007-2013). Obtenido de Plan Contable:
<http://plancontable2007.com/niif-nic/nic-normas-internacionales-de-contabilidad/nic-18.html>
- Publicaciones, C. d. (2012). Ley de Turismo. Quito: Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones.
- tipos.co. (2014). Obtenido de tipos.co: <http://www.tipos.co/tipos-de-turismo/>
- Turismo Científico. (s/f). Obtenido de Turismo Científico:
<http://tourcientifico.blogspot.com/>
- Turismo Sustentable en Aysén. (s/f). Obtenido de Turismo Sustentable en Aysén:
<https://turismosustentableaysen.wordpress.com/turismocientifico/>
- Vargas, A. (2013). Marketing y Plan de Negocios de la Microempresa. Malaga: IC EEditorial .
- Velastegui, W. (15 de Septiembre de 2011). Scribd. Obtenido de Scribd:
<https://es.scribd.com/doc/65073986/CONTABILIDAD-GENERAL>

Webscolar. (2015). Obtenido de Webscolar: <http://www.webscolar.com/turismo-de-descanso-o-vacaciones>

Zapata, P. (2011). Contabilidad General: Con base en NIIF. Bogotá: Mc Graw-Hill-Interamericana.

ANEXOS



“UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

La presente encuesta tiene por objeto recopilar datos, comentarios e información referente a la visita de hosterías de la ciudad de Cotacachi, los datos proporcionados se mantendrán en absoluta reserva y únicamente de uso académico.

Marque con una X su respuesta:

1. ¿Cuál es el propósito de su visita al cantón Cotacachi?

Recreación	
Compras	
Trabajo	
Visita familiares	

2. ¿Sus viajes los realiza en compañía de?

Compañeros de trabajo	
Amigos	
Familiares	
Grupo organizado	

3. ¿Cuánto tiempo permaneció en el cantón Cotacachi?

1 día	
2 días	
3 días	
4 días o más	

4. ¿Visitaría Ud. una hostería en Cotacachi que oferte servicios de alimentación, hospedaje y esparcimiento?

Si	
No	

5. ¿Qué características físicas tener la hostería?

Ambiente rústico	
Ambiente moderno	

6. ¿Qué tipo de servicios utilizaría al visitar una hostería?

Alimentación	
Hospedaje	
Esparcimiento	

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes servicios?

Alimentación

\$ 20,00	
\$ 25,00	
\$ 30,00	

Hospedaje

\$ 38,00	
\$ 48,00	
\$ 58,00	

Esparcimiento

\$ 20,00	
\$ 25,00	
\$ 30,00	

8. ¿Qué tipo de alimentación prefiere consumir?

Parrilladas	
Típica	
Internacional	

9. ¿Qué días considera apropiados para visitar una hostería?

Fines de semana	
Fechas especiales	
Feriados	

10. ¿A través de qué medios le gustaría conocer las novedades de la hostería?

Radio	
TV	
Redes sociales	



“UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

La presente encuesta tiene por objeto recopilar datos, comentarios e información referente a la visita de hosterías de la ciudad de Cotacachi, los datos proporcionados se mantendrán en absoluta reserva y únicamente de uso académico.

Marque con una X su respuesta:

1. ¿Cuál es el propósito de su visita al cantón Cotacachi?

Recreación	
Compras	
Trabajo	
Visita familiares	

2. ¿Cuánto tiempo permaneció en el cantón Cotacachi?

1 día	
2 días	
3 días	
4 días o más	

3. ¿Sus viajes los realiza en compañía de?

Amigos	
Familiares	
Grupo organizado	

4. ¿Visitaría una hostería en el cantón Cotacachi?

Si	
No	

5. ¿Qué tipo de servicios utilizaría?

Alimentación	
Hospedaje	
Esparcimiento	

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes servicios?

Alimentación

\$ 20,00	
\$ 25,00	
\$ 30,00	

Hospedaje

\$ 38,00	
\$ 48,00	
\$ 58,00	

Esparcimiento

\$ 20,00	
\$ 25,00	
\$ 30,00	

7. ¿Qué tipo de alimentación prefiere consumir?

Típica	
Parrilladas	
Internacional	

8. ¿Qué días considera apropiados para visitar una hostería?

Fines de semana	
Fechas especiales	
Feridos	

9. ¿A través de qué medios le gustaría conocer las novedades de la hostería?

Radio	
TV	
Redes sociales	



“UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

La presente entrevista tiene por objeto recopilar datos, comentarios e información referente a las hosterías de la ciudad de Cotacachi, los datos proporcionados se mantendrán en absoluta reserva y únicamente de uso académico.

Preguntas:

1. ¿Cuál es la actividad principal que realiza en su negocio?

2. ¿Cuánto tiempo se encuentra ofertando sus servicios?

3. ¿La infraestructura con la que Ud. cuenta es?

4. ¿Para cuántas personas tiene capacidad su hostería?

5. ¿Cuántos turistas recibe semanalmente?

6. ¿Con mayor frecuencia Ud. atiende turistas nacionales o extranjeros?

7. ¿Cuáles son los días en los existe mayor demanda de los servicios que oferta?

8. ¿Cuál es el tiempo de permanencia de los turistas en la hostería?

9. ¿Cuál es el promedio de gastos que realizan los clientes?

10. ¿En qué medios promociona su hostería?
